

Necesidad de un epígrafe para el corrector en el IAE

**Solicitud para que la Agencia Tributaria
reconozca el epígrafe de corrector de textos
en el listado del IAE de España**



El presente documento fue redactado altruistamente durante el primer trimestre de 2021 por Elena Ruiz Gutiérrez (1975-2021), correctora socia de UniCo con más de veinte años de experiencia editorial a sus espaldas.

In memoriam.

1. Introducción

El objetivo del presente documento es demostrar que la profesión del corrector o asesor lingüístico posee una entidad consolidada y un futuro asegurado como para ser merecedora de un epígrafe propio en el listado del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Su reconocimiento por parte de la Agencia Tributaria es uno de los pasos fundamentales para acabar con la invisibilidad en la que permanece.

El corrector o asesor lingüístico trabaja básicamente para mejorar el texto de un autor. Su intervención puede ser de muchos tipos, pero la finalidad es siempre la misma: que el texto comunique con rigor lo que el autor pretendió al crearlo. En su labor como asesor lingüístico, un corrector asesora sobre los usos adecuados o inadecuados del idioma. Tal y como explica la Unión de Correctores (UniCo, 2021a):

Un buen corrector debe intervenir lo mínimo posible en el texto original, pero, a la vez, tiene que cumplir con las máximas de la eficacia comunicativa: respetar y aplicar la norma, adaptándola en caso necesario; manejar hábilmente las variedades de uso; tener en mente las preferencias del cliente y, por supuesto, saber quién es el receptor de ese mensaje.

Según el lingüista, corrector, editor, traductor y escritor José Antonio Millán, «la lectura es la capacidad de los humanos alfabetizados para extraer la información textual. [...] la lectura es la llave del conocimiento en la sociedad de la información» (Millán, 2000). Este experto en la edición electrónica y el lenguaje en internet (dirigió la creación del primer diccionario en

CD-ROM de la Real Academia Española, así como el proyecto Centro Virtual Cervantes) reflexiona en su artículo «La lectura y la sociedad del conocimiento» de la siguiente manera (Millán, 2000):

La lectura (al lado de la influencia de los padres, de los buenos profesores) forma en la construcción de una articulación intelectual. Hacia el interior: en la forma en que se organizan nuestros mundos conceptuales y sensibles, en el modo en que integramos en conjuntos coherentes las miríadas de retazos del universo que nos rodea. Hacia el exterior: en la forma en que aprendemos a jerarquizar, sopesar y modular lo que hemos atesorado dentro, para transmitírselo a otros.

¶ El corrector es el profesional que facilita que la lectura (así como la recepción de cualquier otro tipo de mensaje lingüístico) discorra no solo sin errores, sino también de una forma fluida y eficaz.

En Europa, por ejemplo, en Alemania, el corrector dispone de un epígrafe fiscal propio. Da cuenta de sus emolumentos dados de alta como *lektor/in* (corrector/a), dentro del apartado Comunicación escrita. A nivel europeo, en lo que a la industria editorial se refiere, Alemania solo se encuentra tres puestos por delante de España en disponibilidad de títulos y de publicación de novedades; ocupan el segundo y el quinto puesto respectivamente (Federation of European Publishers, 2017). Esto permite afirmar que el sector nacional se sitúa entre los más fuertes del continente y que, al igual que Alemania, España bien podría crear un epígrafe para los profesionales de la corrección.

Respecto a otros países hispanohablantes, se puede mencionar a México, que incluye dentro de la división Servicios el grupo Servicios editoriales y de publicidad, que, a su vez, comprende las categorías Servicios editoriales y de soporte, Servicios de edición y Servicios de corrección de pruebas.

En las siguientes páginas se aportan datos y argumentos que justifican la presente solicitud para que la Agencia Tributaria reconozca el epígrafe de corrector en el listado del Impuesto de Actividades Económicas de España, sumándose así a otros países que ya lo han hecho.

2. Perspectiva histórica de la profesión

La profesión de corrector es milenaria. Se conoce la existencia de correctores desde la Antigua Grecia y Roma. En aquella época, uno de los métodos más empleados para publicar libros consistía en que un lector procediera a dictar una copia maestra del libro al escriba o *scriptor librarius*. Dichas copias manuscritas eran corregidas en un proceso que requería de dos figuras: el *anagnostes* (lector), que leía una segunda vez el original, y el *diorthotés* (corrector), que enmendaba los errores que encontraba en la copia y, al finalizar su trabajo, certificaba en el ejemplar que había sido cotejado con el original y corregido.



Contar con buenos correctores en un taller de escribas granjeaba fama por la calidad de sus obras y permitía aumentar sus precios (López Valdés, 2001).

Durante la Edad Media, en los monasterios cristianos el corrector y el escriba se fusionaron en el amanuense (*servus ad manum*), quien debía poseer una excelente caligrafía, así como una vasta formación enciclopédica (García Negróni y Estrada, 2006).

¶ La figura del corrector volvió a asumir la misión exclusiva de revisar el texto en la Edad Moderna y se convirtió en imprescindible con la difusión de la imprenta, que llegó a España a finales del siglo XV.

Las imprentas contaban con dos clases de empleados: los mecánicos y los teóricos. Los mecánicos, a su vez, podían ser componedores (también denominados «cajistas»), que disponían los tipos (las piezas metálicas en que están realizadas las letras o signos), o impresores, que los entintaban e imprimían las páginas. Los teóricos eran los correctores, encargados de comparar las páginas impresas, esto es, las pruebas (*probae*), con el original (*exemplar*), marcaban las erratas e indicaban los cambios que requiriera el texto. Los correctores contaban con los lectores, empleados teóricos que les asistían en su labor. Se recuperaba la colaboración grecolatina entre lector y corrector para la corrección y comprobación de manuscritos, con la diferencia de que ahora trabajaban con libros impresos. Theodor Zwinger, erudito de Basilea, médico, autor, editor y maestro impresor, en su obra *Methodus apodemica* (1594) analizó el personal de una imprenta y estableció que los correctores ocupaban el escalafón más alto de los empleados, seguidos de los lectores (menos experimentados) y muy por encima de cajistas e impresores (Grafton, 2014).



Tanto es así que, en el Reino de Castilla, para que un libro pudiera ser vendido, era mandatorio desde 1558 que contara con el visto bueno del corrector oficial de la Corona.

Este visto bueno se consignaba tras la fe de erratas, la cual contenía los errores detectados en el último momento que no habían sido enmendados antes del proceso de impresión. El corrector oficial cotejaba los pliegos impresos para certificar que coincidían con el original que en su día había sido aprobado (Garone, 2016).

Todas las imprentas españolas contaban con, al menos, un trabajador que se dedicaba a la revisión de los textos, generalmente un intelectual o un estudiante universitario con una vasta cultura y un sólido manejo del griego y del latín (características ambas, aunque con otras lenguas, que se mantienen hasta nuestros días) (García Negroni y Estrada, 2006). Cabe destacar que el oficio no solo era desempeñado por hombres, sino también por mujeres (Gutiérrez, Lafuente y Carrillo, s.f.) (género que acabará siendo mayoritario en la corrección). Se trata, pues, de una profesión que en su versión moderna cuenta con una tradición centenaria en España.

En la actualidad, el corrector parece haberse invisibilizado por su expulsión progresiva de las imprentas y de las editoriales como asalariado y su transformación en trabajador por cuenta ajena para ofrecer sus servicios no solo a estos clientes, sino a muchos otros (como se desarrollará más adelante). Ha pasado a desempeñar mayoritariamente su labor como profesional autónomo: el 80,70 % de los correctores ejerce su actividad laboral como tal, según la *Radiografía de la profesión de corrector* (UniCo, 2021b). Hoy continúa desempeñando su trabajo con la

palabra en un mundo en el que los textos aumentan sin cesar. En continua actualización ya no solo interviene sobre el papel, sino sobre muchos otros soportes, poniéndose al día para realizar una tarea que todavía se encuentra muy lejos de poder ser ejecutada por máquinas.

¶ Aunque la tecnología ha avanzado en el campo del lenguaje, principalmente se ha ceñido al objetivo de procesar el habla humana. En cambio, la complejidad del conocimiento lingüístico aplicado por el corrector es tal que impide automatizar sus tareas, lo que permite augurarle un largo futuro a la profesión.

3. Áreas de actividad

El buen uso de la lengua es un asunto que cada día interesa más. Evidencia de ello es el 1 000 000 000 de consultas en línea que se realizaron al *Diccionario de la lengua española* de la RAE y ASALE a lo largo de 2020 (RAE, 2021) o el crecimiento constante año tras año de visitas al portal de FundéuRAE (de 18 677 784 en 2017 a 24 476 224 en 2019) o a su proyecto Wikilengua (de 18 823 125 en 2017 a 22 380 183 en 2019) (FundéuBBVA, 2020).

A esta curiosidad manifiesta de los hablantes por el lenguaje se suma que el 95,50% de los españoles lee al menos una vez al trimestre (sin distinción del soporte), según el *Informe de resultados hábitos de lectura y compra de libros en España*,

elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, 2019a).

El corrector es el profesional encargado de que estos textos sean adecuados, y no solo de los que se leen en toda clase de formatos, también algunos de los que se escuchan.

3.1. Sector editorial

Este es, junto a la prensa escrita, el ámbito tradicional de los correctores. A lo largo de 2019 la Agencia del ISBN concedió 90 073 ISBN (el código numérico que identifica internacionalmente a los libros) a títulos publicados en papel y otros soportes (Ministerio de Cultura y Deporte, 2020), un 13,45 % más que en 2015. No obstante, este dato dista de reflejar todo lo que se publicó ese año en España.

3.1.1. Editoriales privadas y públicas

El 56,70% de las personas es lector frecuente de libros, lo que constituye el 82,40% de las personas que se declaran lectoras (FGEE, 2019a). El sector editorial, el encargado de la producción de libros, es el principal proveedor de trabajo. Según la *Radiografía de la profesión de corrector* (UniCo, 2021b), el 74,60% de los correctores ha trabajado para alguna editorial. En 2018, entre el mercado interior y las exportaciones, dicho sector facturó 2 978 495 de euros en España (FGEE, 2020a y Asociación de las Cámaras del Libro de España, 2019). La FGEE carece de datos sobre las exportaciones en 2019, pero sí afirma en el documento *Comercio interior del libro en España 2019* que el mercado interior facturó 2 420 640 euros, un 2,40% más que en 2018. En 2019 la facturación neta, tras deducir el

IVA, fue de 2 221 540 euros, que, sumándoles 25 700 000 euros obtenidos por la venta de derechos en España, se convirtieron en una facturación final en comercio interior de 2 247 200 euros (FGEE, 2020b).

Respecto al número de títulos, porque el sector editorial muestra su salud no solo en las ventas de ejemplares, sino también en la diversidad de títulos publicados, en 2019 se percibió una recuperación respecto al ejercicio anterior con una subida de 8,10%. Con un total de 82 344 títulos, se retomó la tendencia ascendente de años anteriores, tras el dato negativo de 2018 (FGEE, 2020b).

Esos libros fueron revisados por correctores, pues en el sector de la producción del libro se forma la siguiente cadena de trabajo: autor, editor, corrector, maquetista, impresor, distribuidor y librero.

¶ De estos eslabones, los únicos que carecen de un epígrafe específico son los correctores y los maquetistas, los que antes se han externalizado en la editorial y los que ofrecen sus servicios principalmente como profesionales o, a lo sumo, como pequeña empresa o a través de empresas de servicios editoriales.

Los maquetistas pueden encajar en varios epígrafes del Impuesto de Actividades Económicas, dado que su profesión ha ido evolucionando con los programas informáticos de diseño (322 técnico en artes gráficas o 399 diseño gráfico por ordenador), pero la tarea que acomete el corrector no se refleja en ningún epígrafe.

Toda editorial que quiera asegurar la calidad de su producto contrata los servicios de un corrector antes de entregar el libro a la imprenta. Al igual que se da por hecho que un libro debe tener un contenido que comience y concluya (tarea de la que se encarga el autor) o presentar todas sus páginas ordenadas consecutivamente, colocadas en el sentido correcto o con tinta suficiente para ser legibles (tareas de las que se encarga el impresor), un libro debe estar bien escrito: sin errores tipográficos, ortográficos, gramaticales ni de estilo (cuestiones encomendadas al corrector). Si abundan los fallos en el texto, la lectura puede resultar dificultosa o transmitir de forma equívoca su mensaje y el comprador puede ejercer su derecho a devolver su ejemplar al librero. Este lo retornará a la editorial, con el consiguiente perjuicio económico para la misma. No existen datos acerca de las devoluciones fundamentadas en este motivo, pero lo que resulta claro es que una mayor visibilización, valorización y, por tanto, contratación de correctores reduciría el número de estas devoluciones y contribuiría a la calidad del producto final y a la fortaleza del sector.

El mundo editorial es un amplio territorio que va más allá de la consabida novela que predomina en las librerías generalistas; de hecho, esta ocupa el tercer lugar en número de títulos editados: no ficción adultos supone el 39%; los textos no universitarios e infantil y juvenil, el 21%; y ficción adultos, el 19,60% (lo que suma un total de 79,60%), según el documento *Comercio interior del libro en España 2019* de la FGEE. Para abundar en que las editoriales y, por ende, los correctores no solo trabajan con novelas, cabe aportar que la evolución de estas materias fue la siguiente en 2019: el texto no universitario e infantil y juvenil fueron las que más crecieron con respec-

to a 2018, 3,30 % y 2,90 % respectivamente; también subieron, aunque en menor grado, no ficción y ficción adultos, ambas 1,80 % (FGEE, 2020a).

Una clasificación de los subsectores de la edición, recogida por el Ministerio de Cultura y Deporte en *Panorámica de la edición española de libros (2020)*, proporciona una idea de la amplia diversidad temática de los libros: libros infantiles y juveniles, libros de texto (desde la enseñanza infantil hasta la universidad o ciclos formativos), libros de ciencias sociales y humanidades, libros científicos y técnicos, libros de tiempo libre y libros de otros temas (tales como religión, arte, ciencia militar, etc.).

Otro aspecto que cabe mencionar para ofrecer una visión más completa del libro es la edición en las lenguas oficiales. Todas ellas vieron subir el número de títulos en 2019: detrás del castellano (con un incremento de 8,50% con respecto a 2018), se situaron el catalán (7,80 %), el vasco (4,65 %) y el gallego (3,40 %) (FGEE, 2020b).

En lo que se refiere al panorama empresarial, según la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, 2019b) en 2019 había 2864 editoriales, en aumento continuado desde 2012, una vez se inició la recuperación de la crisis de 2008. Según el *Comercio interior del libro en España 2019* de la FGEE, se mantuvo la tendencia de años anteriores: el empleo del sector agremiado continuó subiendo en el caso de las editoriales muy grandes; se continuó con la tendencia estable de las editoriales grandes y medianas; mientras que las pequeñas remontaron tras la caída de 2017 y 2018 (FGEE, 2020b).

Siguiendo con el mismo informe, el 88,20% de las editoriales recurrió a personal externo. La media de colaboradores

externos contratados por las empresas aumentó a 18 frente a los 17 de 2018: la media de colaboradores profesionales externos que trabajaron para empresas muy grandes fue de 257; en las grandes, de 86; en las medianas, de 38; y en las pequeñas, de 11. Las editoriales muy grandes, grandes y medianas aumentaron ligeramente el número de colaboradores con respecto a 2018; por el contrario, las pequeñas empresas se mantuvieron igual que en el ejercicio anterior (FGEE, 2020b). Estos datos no especifican cuántos de ellos son correctores, pero cruzando dos perfiles que arroja la *Radiografía de la profesión* de UniCo, el 80,70 % de los correctores desarrolla su actividad profesional por cuenta propia y el 74,60 % ha trabajado para alguna editorial (UniCo, 2021b), es de suponer que un elevado número de ellos se oculta tras estos colaboradores externos contratados.

Por último, cabe recordar que no todas las editoriales son empresas privadas. En 2019 hubo un total de 473 agentes editores públicos (esto es, pertenecientes a la Administración General del Estado, Administración Autonómica, Administración Local, instituciones educativas y culturales públicas) con actividad (Ministerio de Cultura y Deporte, 2020).

Se trata de organismos públicos cuyo objetivo primero no es la rentabilidad económica, sino la social y cultural. Publican estudios, ensayos, actas de congresos o literatura de autores minoritarios o minorizados que quedan fuera de las líneas editoriales de las empresas privadas, pues estas buscan recuperar su inversión. En 2019 las administraciones públicas inscribieron un total de 8665 libros en la Agencia del ISBN (Ministerio de Cultura y Deporte, 2020).

3.1.2. Autopublicación

Este fenómeno editorial ha existido desde el nacimiento del libro: el autor era su propio editor, corría con los gastos de la impresión del libro y, después, lo ponía a la venta ya fuera en su casa, ya en una librería previo acuerdo con el librero. En los últimos años la autopublicación ha experimentado una tendencia al alza exponencial. A ella recurren autores que quieren publicar sus libros y prescinden de los circuitos habituales de las editoriales. Las tecnologías actuales facilitan la producción material del libro, además, las redes sociales contribuyen a ello en dos sentidos: con la creación de campañas de mecenazgo para sufragar el proyecto y con la difusión de la obra una vez realizada.



Es tal la posibilidad de negocio que algunas editoriales han creado agencias dedicadas a la autoedición digital: la editorial le proporciona los servicios necesarios al autor que se publica y, si el resultado tiene éxito, puede llegar a incorporarlo en su catálogo tradicional.

Así funciona, por ejemplo, Caligrama de Penguin Random House (empresa valorada a finales de 2019 en 3 296 000 000 euros) (Cinco Días, 2019).

No se dispone de estadísticas ni grandes estudios acerca del número de títulos de esta naturaleza, dado que se derogó la obligación de registrar cada publicación con un ISBN por la Ley 10/2007, de 22 de junio, y no se los incluye en informes del gremio editorial (se trata de la denominada «autoedición

invisible»); tampoco las grandes plataformas de autopublicación proporcionan datos. En el blog Actualidad Editorial (Mellado, 2017), la consultora editorial Arantxa Mellado, con más de 20 años en la industria editorial, publicó a finales de 2017 su análisis del mercado del libro digital en España, con el que intentó arrojar luz al mundo de la autoedición:

La cuota de mercado de la autoedición en ediciones generales (infantil-juvenil, ficción y no ficción) está entre el 17 % y el 22,90 %. Si el valor total del mercado digital para las ediciones generales es 43 500 000 euros, el porcentaje de la autoedición será del 17 % si estimamos el valor en 7 500 000 euros o del 22,90 % si lo estimamos en 10 000 000 euros.

Respecto al crecimiento, se pueden aportar datos de Reino Unido: según un informe Nielsen del 5 % de autoedición de 2012 se llegó al 22 % en 2015, un 16 % más que el anterior año y más de una quinta parte del mercado (Campbell, 2016).

La tecnología permite que, con unos conocimientos mínimos y una pequeña inversión, un autor pueda publicarse. A lo que se suma la certeza de que durante el confinamiento muchos escritores y aspirantes a escritores han estado trabajando en sus obras. Un gran número de ellos busca un corrector, el profesional que contribuye a mejorar su creación mediante una revisión ortotipográfica y de estilo. El directorio profesional de UniCo es un ejemplo: recibe todas las semanas visitas de autores en busca de un corrector. Esto asimismo es válido para creadores que desean presentar originales a editoriales o a concursos literarios.

3.1.3. Audiolibros

El sector de los audiolibros (que también son revisados por correctores) es el que ha mostrado mayor crecimiento en la industria editorial en los últimos siete años: un crecimiento de doble dígito desde 2013 y de más del 20% desde 2017, con 2018 como año decisivo con un 40% (Guerrero y Celaya, 2020).

La auditora Deloitte en *Technology, Media and Telecommunications Predictions 2020* (Deloitte, 2019) calculó que en 2020 se habría alcanzado un mercado global de 3 500 000 000 dólares en un ritmo de crecimiento aceleradísimo. Esta cifra podría parecer escasa en comparación con el del mercado de la radio (42 000 000 000 dólares) o el de la música (que alcanza los 51 000 000 000 dólares), pero, en un mundo en el que la industria del entretenimiento solo experimenta un crecimiento anual del 4%, una subida media anual del 25% resulta muy sobresaliente.

El número actual de lectores/escuchas en el mundo es de 500 000 000. El consumo difiere en cada país y región por hábitos en los estilos de vida y composición demográfica. El perfil del escuchante de audiolibros en español tiene una edad entre los 18 y los 50 años (el intervalo en 2018 era entre 25 y 45 años) y el utensilio preferido para su reproducción es el teléfono móvil (Guerrero y Celaya, 2020).



De esto, se puede concluir que el audiolibro ha aparecido para quedarse, pues cuenta con la aceptación de las generaciones más jóvenes y la versatilidad de su formato permite llevarlo consigo a cualquier lado.

Aunque el mercado inglés es el mayoritario, con una producción media anual de 45 000 títulos, el español ha ido ofreciendo cada vez más títulos en los últimos años: 6000 en 2017, 8000 en 2018, 10 000 en 2019 y 14 000 en 2020. Los ingresos han descrito una curva ascendente similar: 3 000 000 euros en 2017, 5 000 000 euros en 2018, 7 000 000 euros en 2019 y 10 000 000 euros en 2020. La mayoría de las ventas de audiolibros en español tiene lugar en Estados Unidos, seguido por México y, en tercer lugar, España. Después se sitúan el resto de los países latinoamericanos (Guerrero y Celaya, 2020). Esto no implica que los correctores españoles participen exclusivamente del mercado nacional, dado que el 40% de los audiolibros en español se graban en el denominado «español neutro» (Horta, 2017), una variante artificial que busca la aceptación del mayor número posible de hispanohablantes mediante el empleo de los elementos comunes y la omisión de rasgos que puedan asociarla a una región concreta.

El 83% del consumo en español se realiza a través de los canales de suscripción y *streaming*. El consumo en este tipo de plataformas creció un 600% en 2019. Respecto a 2020, cabe decir que el índice de lectura, tanto de libros electrónicos como de audiolibros, subió considerablemente durante la emergencia sanitaria (Guerrero y Celaya, 2020).

La cadena de producción de un audiolibro difiere de la de un libro impreso: incluye figuras nuevas en el proceso, como los actores y actrices que prestan su voz a los narradores y personajes, un diseñador sonoro y un equipo técnico que se encarga de editar las pistas de audio, añadir efectos sonoros y configurar el archivo de final, pero sigue necesitando de un corrector.

En general, se trata de un proceso de tres etapas: preproducción (planificación y preparación), producción (ejecución material del producto sonoro) y posproducción (operaciones que confieren al producto sonoro su forma definitiva). Es en esta última etapa, tras la edición de los registros de audio, cuando se realiza la corrección, consistente en dos labores primordiales: detectar los errores y proporcionar una solución. El corrector escucha el archivo de audio mientras lo compara con el guion escrito e informa de todo lo que ha de subsanarse (normalmente se trata de omisiones, sustituciones, pronunciaciones equivocadas, ruidos, repeticiones, pausas, énfasis incorrectos, adiciones, defectos de grabación o de edición, etc.).



Dadas las prometedoras cifras de crecimiento año tras año de este sector, se trata de una salida profesional con un gran futuro para los correctores.

3.1.4. Sector editorial y la COVID-19

Ante el panorama de incertidumbre producido por la crisis sanitaria mundial, cabe destacar que el estudio *El papel del libro y de la lectura durante el periodo de confinamiento por COVID-19 en España*, realizado por la Federación del Gremio de Editores de España en julio de 2020, reveló que la lectura y el libro constituyeron un refugio, por lo que el sector editorial no se vio tan afectado como otros. El número de lectores semanales se incrementó en esos meses un 0,70%,

lo que puede parecer una cifra pequeña, pero hay que tener en cuenta que desde 2010 a 2019 el índice de lectores de libros ascendió un 8,20 % (del 60,30 % al 68,50 %). Además, el aumento producido durante el confinamiento se concentró principalmente entre las mujeres y los más jóvenes, lo que permite pensar que los hábitos lectores entre los más jóvenes continuarán garantizando la existencia de un público consumidor de libros.

¶ Al 82 % de los encuestados leer libros les ayudó a llevar mejor el confinamiento; a la mitad de los lectores, en concreto, les ayudó mucho (en los testimonios recogidos se repiten las menciones a evadirse y desconectar).

La compra en línea permitió seguir adquiriendo libros a pesar del cese de las actividades no esenciales: durante el confinamiento un 72 % de los lectores compró libros por internet. Asimismo, la formación de los menores en el hogar ha sido más satisfactoria, sencilla y de calidad cuando se ha basado en el uso del libro de texto (FGEE, 2020c). Todo ello son buenos datos para la industria en un momento de crisis.

¶ A esto se suma que las editoriales no se vieron paralizadas al completo durante el confinamiento: el proceso de creación del libro antes de llegar a la imprenta, así como su promoción posterior, puede realizarse mediante teletrabajo. Los correctores siguieron desempeñando sus tareas desde sus hogares, como hacen habitualmente.

3.2. Medios de comunicación

Los correctores han estado ligados a la prensa escrita desde su nacimiento, aunque la tendencia actual es prescindir de sus servicios, lo que se traduce en una palpable disminución de la calidad de los textos publicados. Es frecuente que los lectores se quejen de ello mediante comentarios en las noticias e incluso algunas erratas llegan a viralizarse. El Centro Virtual Cervantes cuenta con la exposición virtual *Morderse la lengua*, que recopila erratas y redacciones erróneas que provocan hilaridad por los disparates que expresan (Instituto Cervantes, 2021). Estos se subsanarían si junto a los periodistas, los profesionales de la información, trabajaran los correctores, los profesionales del lenguaje. No se trata solo de la prensa escrita. En la radio, el corrector puede revisar los textos que van a ser leídos, así como asesorar a los periodistas que no se ciñen a textos previos acerca de los errores que deben evitar al hablar. Lo mismo sucede con la televisión: conocidas de todos son las equivocaciones en titulillos, por ejemplo.

La Fundación del Español Urgente Real Academia Española (FundéuRAE) se dedica a velar por el buen uso del lenguaje en los medios de comunicación gracias al trabajo de un equipo de correctores, filólogos y lingüistas que contesta las consultas lingüísticas que recibe y proporciona todos los días recomendaciones. Esta institución cuenta con UniCo como organismo consultor externo de asesoría lingüística (Gallego, 2020). Para fortalecer dicho asesoramiento en lo que a las variantes del español en el mundo se refiere, también se beneficia de la colaboración con la Red de Asociaciones de Correctores de Textos en Español (RedACTE), que incluye asociaciones de América (FundéuRAE, 2020). Todo

esto contribuye a que el colectivo de los correctores esté recuperando la presencia perdida en los medios (RedACTE, 2020).

La competitividad entre las empresas dedicadas a la comunicación ha conducido a la política de prescindir de todo aquello que se considere un gasto superfluo y, debido al escaso valor concedido al lenguaje correcto y a los profesionales que lo cuidan, los correctores han sido expulsados de las redacciones. Enrique Bullido, periodista de Europa Press y profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III, ha expuesto (Bullido, 2015) que:

Los recortes que durante los últimos años han afectado al periodismo empezaron, paradójicamente, por estas áreas fundamentales de la información: la corrección lingüística y la experiencia profesional. Y eso se ha notado, y mucho, en la calidad de la información. Si ha habido una figura profesional que siempre ha estado minusvalorada en el periodismo y que fue de las primeras en salir de las redacciones, antes incluso de que empezara la crisis, esa es la del corrector de textos.

No se trata de una cuestión baladí, ya que sentencia de una forma contundente que «una información mal escrita es igual a una información de mala calidad» (Bullido, 2015).

La situación de emergencia sanitaria ha puesto en evidencia el papel fundamental que desempeñan los medios de comunicación. Por ejemplo, en la quinta semana de confinamiento se produjo un aumento de más de 1 000 000 de lectores semanales de prensa en papel, lo que supuso un 3 % más que la semana anterior, y las revistas en formato de papel tuvieron 400 000 lectores semanales más (Corchero, 2020).

Esta área constituye una importante fuente de trabajo y puede dar cabida todavía a un mayor número de profesionales, pero, para que se llegue al reconocimiento de la necesidad de recurrir a sus servicios, el colectivo de los correctores debe visibilizarse y llevar a cabo un conjunto de iniciativas, incluidas campañas de información, que expongan el positivo aporte de su presencia en los medios.

3.3. Mundo digital

Hoy en día resulta imposible obviar la explosión de contenidos digitales que se producen a cada segundo. Según el *Informe de resultados hábitos de lectura y compra de libros en España*, elaborado por la FGEE, en prácticamente una década (2010-2019) el índice de lectores de webs, blogs y foros se duplicó y pasó del 37,10 % al 60,20 % (FGEE, 2019a).

Es de público conocimiento que la gestión de estas páginas es el resultado de un esfuerzo colectivo. La dinámica de internet obliga a actualizarlas y a buscar un incremento del tráfico de visitas, lo que a su vez se traduce en una producción continua de contenidos que pueden mejorar los correctores o asesores lingüísticos. Las personas influyentes monetizan su capacidad prescriptora y se rodean de un equipo compuesto por fotógrafos, gestores, abogados o redactores, en el que también tiene cabida el corrector.



La aparición de erratas, faltas de ortografía o expresiones agramaticales pueden hacer fracasar la tarea de estos líderes de opinión.

Tanto las empresas netamente digitales como las tradicionales que desean fortalecerse teniendo una presencia en internet producen contenidos en la web. Casi todos los negocios poseen una página en línea donde informan de sus productos, que suele complementarse con un blog donde se publican contenidos relacionados con su área de actividad, dado que los buscadores penalizan las webs que no se actualizan casi constantemente y que no son enlazadas por terceros.

Las nuevas profesiones relacionadas con la mercadotecnia digital buscan mejorar la presencia de una marca y sus productos en internet. Los planes de comunicación que velan por la reputación corporativa de la empresa establecen los canales y contenidos más adecuados para dar a conocer y potenciar la identidad, la imagen y la marca de la organización. Asimismo, se monitorizan las redes sociales, se redactan textos para ellas y desde ellas se da respuesta a los comentarios sobre la empresa.



Todos estos contenidos son susceptibles de ser revisados por un corrector, porque la corrección contribuye a la eficacia y la buena presentación del mensaje.

3.4. Lenguaje claro e inclusivo

El lenguaje claro se caracteriza por ser breve y conciso (lo que no implica suprimir información necesaria) y adoptar una estructura lingüística eficiente. Este concepto nace de la necesidad de que los hablantes de una lengua puedan comprender la información que reciben de la Administración o de las em-

presas. Gracias a él, los ciudadanos entienden mejor los textos que se les remiten y, por tanto, son capaces de cumplir sus deberes y ejercer sus derechos con mayor facilidad.

1 **Los emisores del lenguaje claro ahorran dinero y tiempo al evitar aclaraciones y quejas, e incrementan la confianza de sus receptores.**

Se trata de un movimiento internacional al que España se está incorporando con retraso, pues cuenta con décadas de trabajo en Europa. Suecia, país pionero, contrató en 1976 a asesores lingüísticos para que colaboraran con los legisladores con el fin de modernizar el lenguaje administrativo. En 2004, la ministra de Justicia sueca, Barbro Ehrenberg-Sundin, pronunciaba un discurso acerca de los 30 años de implantación del lenguaje claro en el que afirmaba que 300 asesores lingüísticos formaban parte de la plantilla de organizaciones públicas y privadas. Comentaba cómo una carta escrita en lenguaje administrativo por el Instituto de la Seguridad Social sueco a 900 000 jubilados en la que se explicaban los cambios aplicados a las pensiones había supuesto un gran coste económico por las consultas y quejas que provocó y que hubo que atender, además de que causó un importante deterioro de la imagen de la institución. El cambio de estrategia consistió en trabajar con un grupo de asesores lingüísticos y comprobar la comprensión de los textos con un grupo pequeño de personas mayores antes de enviar la carta definitiva, lo que supuso unos costes marginales minúsculos (Plain Language, s.f.).

En 1979, Reino Unido inició la campaña Plain English. Esta derivó en la creación de una institución que en la actualidad otorga su sello a 1600 organizaciones y ha entregado su sello a 23 000 documentos de habla inglesa en el mundo (Plain English, 2021).

La política de comunicación de la Unión Europea se basa (Iskra, 2020) en que:

La Unión tiene la responsabilidad de comunicar sus decisiones y actividades a los ciudadanos de la Unión y a otras partes interesadas. Las instituciones de la Unión disponen de personal especializado y de presupuestos específicos para garantizar que la información acerca de la Unión esté fácilmente disponible en una lengua que los ciudadanos entiendan.

La Unión Europea, en su Oficina de Publicaciones, cuenta con una Unidad de Lenguaje Claro y Verificación de Textos. El objetivo (Iskra, 2020) es que:

Al acceder a información clara, los ciudadanos de la Unión pueden ejercer mejor su derecho a participar en la vida democrática de la Unión, en la que las decisiones han de tomarse de la manera más abierta y más cercana posible a la población, respetando los principios de pluralismo, participación, apertura y transparencia.

En España, en 2020 se celebró la II Jornada de Lenguaje Claro e Inclusivo de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), centrada en el ámbito del derecho, y EnClaro, encuentro organizado por la revista Archiletras y Cálamo & Cran, en el

que participaron periodistas, filólogos y directivos de grandes empresas (como Ikea o BBVA) que están trabajando en esta dirección.

¶ Desde las instrucciones del modelo para darse de alta en la Seguridad Social hasta el contrato con una compañía telefónica, pasando por las normas de un estado de emergencia sanitaria, todo es susceptible de ser formulado con la intención de ser comprensible gracias al asesoramiento de un lingüista o la revisión de un corrector.

Respecto al lenguaje inclusivo, en la actualidad la sociedad se plantea que hay más discursos que el hegemónico y que incluir a los colectivos minorizados o minoritarios aporta riqueza: la diversidad es más rica.

¶ El lenguaje es una de las herramientas más potentes y menos costosas para avanzar en la construcción de la igualdad. El lenguaje visibiliza: lo que no se nombra no existe.

Con el lenguaje se construyen mensajes que comunican; compete al profesional del lenguaje reflexionar acerca del tipo de texto, de la situación comunicativa o del estilo para cuidar este aspecto.

Resulta evidente que el lenguaje claro e inclusivo constituyen un reto para el conjunto de la sociedad en el que los asesores lingüísticos tienen mucho que aportar.

3.5. Otras áreas

Hoy los textos nos rodean: desde el folleto de ofertas de una tienda a los subtítulos de una serie. Las palabras son la carta de presentación de todos. El ser humano se comunica principalmente mediante ellas. No solo los individuos, también los colectivos: empresas, instituciones, asociaciones... Se redactan documentos corporativos, de consumo interno pero también externo, que pasan por los ojos de los correctores. Memorias anuales, comunicados, informes, etc., son textos que no surgen espontáneamente; después de sus autores, se convierten en objeto de la tarea del corrector, dado que de nada sirve desarrollar una idea, una marca o una imagen si el mensaje carece de la adecuada calidad lingüística.

Por ejemplo, algunos de los tipos de material a los que no se debe asignar el código ISBN y que por eso quedan ocultos en las estadísticas sobre edición y publicación son programas informáticos, materiales publicitarios, películas, vídeos, juegos, videojuegos, DVD, transparencias, documentos personales, tarjetas de felicitación, etc. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2020). Todos ellos son susceptibles de ser corregidos.



Poco habla a favor de los organizadores de un evento si el cartel que lo anuncia contiene erratas.

3.6. Producción de contenidos

Los correctores no se limitan a revisar textos: como todas las profesiones cuentan con personas dedicadas a la formación

y a la creación de materiales para el aprendizaje y la consulta. Asimismo, se reúnen en congresos y jornadas para actualizarse e intercambiar conocimiento. Todo ello, además de contribuir a fortalecer el oficio, genera ingresos.

En ocasiones el trabajo del corrector consiste en crear un libro de estilo para una empresa o institución que necesita un compendio de normas y recomendaciones para unificar y revisar sus textos.

Las editoriales también han encontrado en los correctores un público al que destinar sus obras: cursos prácticos de corrección, diccionarios técnicos o de dudas, manuales, etc. Incluso alguna se ha especializado en el tema del libro, la edición, la corrección y el lenguaje, como es el caso de Trama, fundada en 1996, o cuenta con alguna colección sobre este asunto, como la colección Tinta Roja de Pie de Página. Igualmente existen revistas como *Archiletras*, que se destinan a las personas que trabajan con la lengua española, o *Texturas*, enfocada a los profesionales del mundo editorial, ambas con artículos de interés para los correctores. En cuanto a la enseñanza, aunque no existe una titulación superior exclusiva de corrección, algunos grados universitarios incluyen asignaturas dedicadas a la corrección, como el Grado de traducción, interpretación y lenguas aplicadas de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC). Los másteres dedicados a la edición constan de sesiones o asignaturas que abordan la corrección, como son los de la UOC, de la UCM, de la Barcelona School of Management de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) o de la Valencia International University (VIU). Más centrados en la corrección están algunos cursos de especialización universitaria como el Curso en bases

para la corrección y el asesoramiento lingüístico de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), que en 2020-2021 alcanzó la séptima edición; el Curso de especialización en edición y corrección avanzadas del texto de la UOC; o el Posgrado en corrección y asesoramiento lingüístico en español de la Universidad Rovira i Virgili (URV).

Las academias de enseñanza de la corrección han proliferado, pero las más veteranas cuentan ya con más de 20 años de experiencia, lo que evidencia que existe demanda de formación para la profesión. Además, sus cursos son variados, ya que atañen tanto a la corrección en sentido estricto como al empleo de programas informáticos o a la gestión administrativa de proyectos, sin olvidar los de creación de marca personal y búsqueda de clientes.

La Unión de Correctores también apuesta por la formación continua, por un lado, y la especialización, por otro, como claves para el crecimiento de un corrector de textos profesional. Su plan formativo se centra en aspectos prácticos que afectan al trabajo diario del corrector (recursos, normas de referencia, fuentes de información, etc.). El programa formativo se articula en torno a dos tipos de actividades: seminarios y talleres web especializados, impartidos por expertos en un campo de trabajo; y sesiones formativas, de duración variable, en línea o presenciales, que se ofrecen en colaboración con otras asociaciones profesionales (UniCo, 2021c). Además, UniCo ofrece un programa de prácticas con mentores para aquellos asociados que inician su andadura en la profesión.

En lo que a reuniones profesionales se refiere, UniCo organiza eventos que permiten compartir un espacio de debate e intercambio de conocimiento entre los correctores. Uno de

ellos es el Encuentro Nacional de Correctores (UniCo, 2019a), que congrega a un centenar de correctores cada año y que en 2022 celebrará su cuarta edición. UniCo también es la responsable, en colaboración con distintas universidades (UAB, UCM y URV), de Corrigere (UniCo, 2020) y Correcta (UniCo, 2019b), unas jornadas a las que acuden casi doscientas personas cada año y que buscan establecer puentes entre los correctores y el mundo universitario para realizar una puesta en común con los docentes de filología y visibilizar la profesión y orientar laboralmente a los estudiantes.

¶ Esta variedad de actividades en torno al corrector demuestra la vitalidad de la profesión, su capacidad de movilización y actualización, así como de generar riqueza mediante otros recursos que no son estrictamente la corrección.

4. Radiografía de la profesión

4.1. Régimen laboral

Según la *Radiografía de la profesión de corrector*, una encuesta realizada por UniCo y compuesta por una muestra de 349 correctores, el 80,70% de estos profesionales trabaja por cuenta propia (UniCo, 2021b). De los correctores que trabajan por cuenta ajena, el 34,80% también realiza trabajos de corrección de forma independiente.

La situación laboral del autónomo queda reflejada en el *Estudio nacional del autónomo* (Infoautónomos y Universidad

de Granada, 2019): la media de la jornada laboral del autónomo es un 20% más larga que la del asalariado, un 37,70% de los autónomos no se toma libre ningún día de la semana, la mayoría no puede permitirse más de 20 días de vacaciones al año, el 72,50% nunca se ha dado de baja (el 72,60% tiene miedo a pedirla) y, de aquellos que sí han estado de baja, dos de cada tres han seguido trabajado durante dicho periodo. Respecto a los ingresos, el 85,50% de las personas trabajadoras por cuenta propia no supera la base mínima de cotización (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2020) y la pensión media del trabajador autónomo se ha situado en el primer mes de 2021 en 709 euros mensuales, 420 euros menos que la de los trabajadores por cuenta ajena, que perciben 1129 euros (UPTA, 2021a).

Estos sucintos datos conforman un retrato de la situación de los autónomos y, por lo tanto, de la mayoría de los correctores.



A los perjuicios estructurales que padecen los trabajadores por cuenta ajena, hay que sumarle la crisis originada por la pandemia de COVID-19 que ha provocado que solo en enero de 2021 se haya perdido toda la afiliación al RETA ganada en 2020 (UPTA, 2021b).

4.2. Género

La profesión de corrector es ejercida mayoritariamente por mujeres: suponen el 83,50% (UniCo, 2021b). En un mundo donde la igualdad entre sexos en el mercado laboral y la conciliación entre trabajo y cuidados domésticos suponen todavía un desa-

fío, establecerse por cuenta propia permite a la mujer organizar su jornada y afrontar los cuidados de los hijos, el hogar o las personas dependientes. Según datos de la última *Encuesta de empleo del tiempo* elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, el 92,20% de las mujeres cumple con este tipo de cometidos y dedica una media de 4,5 horas diarias a llevarlos a cabo, frente al 74,40% de los hombres, que consagra a estas tareas 2,5 horas (INE, 2010). Durante el periodo de confinamiento, el cierre de los centros educativos ha incrementado las labores domésticas y las encuestas evidencian que las mujeres han asumido más peso que los hombres en los hogares en los que ambos progenitores han estado trabajando desde casa (UPTA, 2021c).

No obstante, la trabajadora autónoma sin asalariados, además de enfrentarse a los problemas propios de toda mujer trabajadora, padece los derivados de su carácter empresarial. El 31 de diciembre de 2020, las mujeres solo constituían el 35,60% de los autónomos personas físicas (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2020). Los hombres que trabajaron por cuenta propia en 2019 facturaron una media de 50 765 euros en 2019, mientras que las autónomas solo consiguieron ingresar 42 905 euros, un 18% menos (Billin, 2020). La desigualdad también se mantiene cuando llega el momento de la jubilación: las mujeres autónomas reciben una pensión menor que los hombres, que puede llegar a ser 220 euros inferior al mes (UPTA, 2019).



Las mujeres, mayoría en el mundo de la corrección, constituyen un colectivo vulnerable, también cuando desarrollan una actividad económica a través del trabajo autónomo, por lo que se debe proporcionar vías que conduzcan a un equilibrio de género.

4.3. Formación y cualificación

Los correctores en lengua española llegan a esta profesión por dos caminos: bien el grado de Filología Hispánica, bien otra titulación que se complementa con un curso de especialización (lo que le aporta al corrector el bagaje propio de su área). Como se ha descrito en la historia de la profesión, el perfil del corrector se ha mantenido como un universitario con una amplia formación.

La Radiografía de la profesión de corrector desvela que el 93,90 % de los correctores posee al menos un título universitario y, de hecho, el 47 % de los correctores ha realizado estudios de posgrado o incluso posee un doctorado.

A esta formación se añade el conocimiento necesario para el uso profesional de programas informáticos: el 97,70 % de los correctores trabaja con Word; el 82,30 %, con Adobe Acrobat (una familia de programas para operar con archivos PDF); y el 32,80 %, con InDesign (un programa específico de diseño de páginas).

Debido a la gran variedad de los textos que se someten a revisión, muchos correctores se especializan a lo largo de su carrera en temas concretos. Por ejemplo, según la *Radiografía* de UniCo, el 44,80 % se ha especializado en literatura; el 26,30 %, en publicaciones periódicas; el 23,60 %, en libros de texto; el 15,20 %, en textos médicos; el 13,70 %, en publicidad; el 12,80 %, en textos científicos; el 8,10 %, en textos

jurídicos; o el 7,80 %, en manuales de instrucciones (UniCo, 2021b). Aparte de las diferentes áreas temáticas, los correctores conocen en detalle aspectos concretos de los textos, como pueden ser diferentes sistemas de cita bibliográfica o formatos de pies de imagen. Respecto a los textos escritos (impresos o digitales) cabe recordar que los correctores también revisan su maquetación, esto es, la disposición del texto en el soporte en el que se encuentre, una faceta no lingüística de la que se hacen cargo y que cuenta con una infinidad de aspectos como los espacios, sangrados, partición a final de línea, foliación, estilos de párrafo y una infinidad más de aspectos (lo que abunda en la especialización del trabajo de este profesional).

Relacionada con la formación, se encuentra la cualificación. Al hecho de que la inmensa mayoría de correctores posee una titulación universitaria, se suma que este es el requisito que más se solicita para la contratación de estos profesionales (UniCo, 2021b). Esto constituye un ejemplo de contradicción entre la práctica y la teoría: sobre el papel, según la legislación española, la profesión de corrector se enmarca como actividad propia de técnicos de nivel 3 dentro del catálogo del Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL, 2016), el organismo que en España ordena las cualificaciones profesionales no regladas por titulación universitaria.

Así lo dispuso la Orden PRE/1339/2016, de 29 de julio, por la que se actualiza una cualificación profesional de la familia

profesional Artes Gráficas, recogida en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y establecida por Real Decreto 1135/2007, de 31 de agosto publicada en el BOE el 4 de agosto de 2016 (Orden PRE/1339, 2016).

Asimismo, el 12,80% de los correctores por cuenta ajena que ha respondido a la *Radiografía* de UniCo tiene trabajadores subordinados a su cargo; de hecho, es frecuente que se conviertan también en los supervisores de las correcciones externalizadas, pues son los conocedores de los criterios y la política lingüística seguida en la empresa y marcan las directrices a los colaboradores.



Esta faceta evidencia que los correctores en régimen asalariado tienen la responsabilidad de dirigir y gestionar, una de las características del nivel de cualificación 5.

5. Conclusiones

De todo lo expuesto, se concluye que esta profesión está viva y se le puede augurar un futuro en expansión, pero hoy en día es una completa desconocida en nuestra sociedad en general y en el mundo laboral en particular. Tanto el corrector como su trabajo están invisibilizados. Esta circunstancia origina diversas situaciones que los correctores padecen, como la falta de un reconocimiento administrativo, la infracontratación de correctores asalariados, su ausencia en ámbitos en los que son necesarios y en los que por desconocimiento no se les requiere, unas tarifas bajas que no han

subido en consonancia con el coste de la vida, un exceso de intrusismo y otras trabas. Si bien es cierto que algunos de estos problemas son comunes a otros gremios, en este caso se ven agravados por padecerlos en la sombra y estar todos ellos imbricados.

¶ Por la falta de visibilidad el corrector carece de una posición adecuada desde la que poder negociar tarifas más justas, tampoco se le acredita en los textos que interviene y, de este modo, resulta imposible combatir el intrusismo o la mala praxis.

Pero esto se convierte en un círculo vicioso: porque, si no sale a la luz, si no se le reconoce públicamente su labor profesional, la capacidad del colectivo para hacer pedagogía acerca de su profesión y defender sus derechos se ve seriamente mermada.

Los correctores existen: revisan un texto original para mejorarlo. Otras profesiones también solucionan problemas (el fontanero que desatasca, el cirujano que opera, el agente inmobiliario que vende una vivienda, etc.) y sus trabajos no se consideran invisibles.

¶ Cuando se contempla una acera limpia, se sabe que por allí ha pasado el barrendero. Cuando se lee o se escucha un texto sin errores, se desconoce que ha sido sometido a una revisión. Por ello, parece necesario actuar en diferentes direcciones y una de ellas es el reconocimiento administrativo.

Tras lo expuesto a lo largo de este documento, resulta evidente que el corrector no encaja en ninguno de los epígrafes existentes en el Impuesto sobre Actividades Económicas y, ante este desamparo, parece necesario actualizar el listado para que refleje la realidad del mercado laboral y dé cabida a este colectivo.

Aparte de la consecuencia obvia de poder dar cuenta de su actividad económica a la Hacienda Pública en el apartado que le corresponde, permitiría al trabajador identificarse de una manera inequívoca con su profesión a efectos administrativos y de cara al mundo laboral en general.

¶ Además, la creación de un epígrafe proporcionaría cifras fehacientes sobre los correctores que quedarían registradas por el Instituto Nacional de Estadística (INE): cuántos y quiénes son los correctores, cuánto facturan, cuánto tiempo permanecen dados de alta, qué edad tienen, a qué género pertenecen, etc.

Con ellas se podría conformar un retrato preciso de la profesión. Estos datos, que ahora solo se pueden obtener por medio de encuestas, contribuirían a la visibilización del colectivo. Y no solo a eso: permitirían crear información fundamentada y realizar análisis para así poder detectar tanto los problemas como las fortalezas y tomar medidas para subsanar los primeros y potenciar las segundas.

Como se ha expuesto, la mayoría de los correctores pertenece al género femenino, con lo que la mencionada invisibilidad recae sobre un colectivo tradicionalmente minorizado, aumentando y perpetuando una posición de desigualdad.

1 Es comúnmente aceptado que solo existe aquello que se nombra, por lo que resulta clave que esas mujeres trabajadoras puedan contar con una etiqueta, un epígrafe en el cual registrar su actividad, que les permita arrojar luz sobre su labor para que esta no permanezca oculta como ha venido sucediendo a lo largo de la historia.

Por todo ello, se solicita una actualización que subsane la omisión histórica de esta actividad en el listado de epígrafes del Impuesto de Actividades Económicas.

Bibliografía

- Asociación de las Cámaras del Libro de España (2019). Comercio exterior del libro en España 2018. Asociación de las Cámaras del Libro de España. <https://www.hayfestival.com/Uploads/Media/Talento%20Editorial/Avance-FGEE-Comercio-Exterior.pdf?cmsotmediahandler=7da8fddb-5171-44d5-9b84-d17c03e586bc> [Archivo PDF].
- Billin (2020). Brecha salarial de género en las autónomas españolas. Billin. <https://www.billin.net/land/brecha-salarial-de-genero/#informe> [Archivo Word].
- Bullido, E. (2015). Los correctores hacen mejores a los periodistas. enriquebullido.com. <https://enriquebullido.com/los-correctores-hacen-mejores-a-los-periodistas/>
- Campbell, L. (2016). Self-published titles '22% of UK e-book market'. The Bookseller. <https://www.thebookseller.com/news/self-published-titles-22-e-book-market-325152>
- Cinco Días (2019). Bertelsmann paga a Pearson 606 millones por llegar al 100% del Penguin Random House. Cinco Días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/18/companias/1576660404_490070.html
- Corchero, J. (2020). Crece la lectura de prensa y revistas en papel durante el estado de alarma entre los internautas, según la AIMC. Europa Press. <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-crece-lectura-prensa-revistas-papel-estado-alarma-internautas-aimc-20200423175210.html>
- Deloitte (2019). Technology, Media, and Telecommunications Predictions 2020. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/>

- technology-media-telecommunications/at-tmt-predictions-2020.pdf [Archivo PDF]
- Federation of European Publishers (2017). European Book Publishing Statistics 2016. Federation of European Publishers. <https://www.fep-fee.eu/European-Book-Publishing-922>
- FGGE (2019a). Informe de resultados hábitos de lectura y compra de libros en España. <https://www.gremieditores.cat/wp-content/uploads/2020/02/200221PRE-FGEE-Ha%CC%81bitos-lectura-presentacio%CC%81n.pdf> [Archivo PDF]
- FGEE (2019b). El sector editorial español. Datos estadísticos. <https://www.federacioneditores.org/datos-estadisticos.php>
- FGEE (2020a). Comercio interior del libro en España 2019. https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2019.pdf [Archivo PDF].
- FGEE (2020b). La edición española. Federación de Gremios de Editores de España. <https://www.federacioneditores.org/img/documentos/edicion-espanola-2019.docx> [Archivo Word]
- FGEE (2020c). El papel del libro y de la lectura durante el periodo de confinamiento por COVID-19 en España. Federación de Gremios de Editores de España. <https://www.editoresmadrid.org/wp-content/uploads/2020/07/ESTUDIO-El-Papel-del-libro-y-la-lectura-durante-el-confinamiento-2020.-FGEE.pdf> [Archivo PDF]
- FundéuBBVA (2020). Memoria 2019. Fundación del Español Urgente. <https://www.fundeu.es/wp-content/uploads/2020/08/MemoriaFundeu2019.pdf> [Archivo PDF]

- FundéuRAE (2020). Fundéu y la nueva red de correctores RedACTE colaboran en el cuidado del español. El blog de la FundéuRAE. <https://www.fundeu.es/blog/fundeu-y-la-nueva-red-de-correctores-redacte-colaboran-en-el-cuidado-del-espanol/>
- Gallego, D. (2020). Primeros frutos del Laboratorio UniCo-Fundéu. El blog de la FundéuRAE. <https://www.fundeu.es/blog/primeros-frutos-del-laboratorio-unico-fundeu/>
- García Negroni, M. M. y Estrada, A. (2006). ¿Corrector o corruptor? Saberes y competencias del corrector de estilo. Páginas de guarda, 1, 26-40. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2014997.pdf> [Archivo PDF]
- Garone, M (2016). El arte de ymprinta de don Alejandro Valdés (1819). Estudio y paleografía de un tratado de tipografía inédito. México DF: FOEM. https://www.academia.edu/41052006/El_arte_de_Ymprinta_de_Alejandro_Vald%C3%A9s_1819_.Estudio_y_paleograf%C3%ADa_de_un_tratado_de_tipograf%C3%ADa_in%C3%A9dito [Archivo PDF]
- Grafton, A. (2014). La cultura de la corrección de textos en el Renacimiento europeo. Buenos Aires: Ediciones Amper-sand, pp. 26-29.
- Guerrero, M. y Celaya, J. (2020). VI Bookwire Report 2020. Evolution of digital market (ebooks and audiobooks) in Spain and Latin America. Bookwire y Dosdoce. https://www.bookwire.de/fileadmin/customer/documents/Whitepapers/BOOKWIRE_SPANISH_MARKETS_DIGITAL_REPORT_2020.pdf [Archivo PDF]
- Gutiérrez, L., Lafuente, P. y Carrillo, L. (s.f.). Mujeres impresoras. Biblioteca Nacional de España. <http://www.bne.es/>

- es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/Introduccion/
[Archivo PDF]
- Horta, D. M. (2017). Big bang del audiolibro en español, lo que hay que saber. WMagazín. <https://wmagazin.com/big-bang-del-audiolibro-en-espanol-todo-lo-que-hay-que-saber/>
- INCUAL (2016). Cualificación profesional: asistencia a la edición. Instituto Nacional de las Cualificaciones. https://incual.mecd.es/documents/20195/94271/ARG292_3_RV+-+Q_Documento+publicado/0c47fcf9-7ff4-4e38-b456-c49032a9a767 [Archivo PDF]
- INE (2010). Encuesta de empleo del tiempo 2009-2010. <https://www.ine.es/prensa/np669.pdf> [Archivo PDF]
- Infoautónomos y Universidad de Granada (2019). Estudio nacional del autónomo. <https://static.iastatic.es/site-media/ena/descargas/InfoautonomosENANov2019.pdf> [Archivo PDF]
- Instituto Cervantes (2021). Morderse la lengua. Centro Virtual Cervantes. https://cvc.cervantes.es/actcult/morderse_lengua/
- Iskra, K. A. (2020). La política de comunicación. Unión Europea. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/144/la-politica-de-comunicacion> [Archivo PDF]
- López Valdés, M. (2001). Corrección de estilo y redacción editorial: volver al humanismo. Libros de México, 62, 5-12. https://www.academia.edu/27914222/Correcci%C3%B3n_de_estilo_y_redacci%C3%B3n_editorial [Archivo PDF]
- Mellado, A. (2017). Análisis del mercado del libro digital en España (II): La invisible autoedición y la autoedición invisible.

- Actualidad editorial. <https://www.actualidadeditorial.com/analisis-del-mercado-del-libro-digital-en-espana-ii-la-invisible-autoedicion-y-la-autoedicion-invisible/>
- Millán, J. A. (2000). La lectura y la sociedad del conocimiento. Jamillan.com. <http://jamillan.com/lecsoco.htm#l.%20De%20la%20informaci%C3%B3n%20al%20conocimiento> [Archivo Word].
- Ministerio de Cultura y Deporte (2020). Panorámica de la edición española de libros 2019. https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/panoramica-de-la-edicion-espanola-de-libros-2019-analisis-sectorial-del-libro_3910/ [Archivo PDF]
- Ministerio de Trabajo y Economía Social (2020). Trabajadores autónomos, personas físicas, en alta en la Seguridad Social. Resumen de resultados. Ministerio de Trabajo y Economía Social. https://www.mites.gob.es/ficheros/ministerio/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/autonomos/estadistica/2018/4TRIM/Publicacixn_diciembre_2018.pdf [Archivo PDF]
- Orden PRE/1339/2016, de 29 de julio, por la que se actualiza una cualificación profesional de la familia profesional Artes Gráficas, recogida en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y establecida por Real Decreto 1135/2007, de 31 de agosto. Boletín Oficial del Estado, 86, 55074-55110. <https://www.boe.es/eli/es/o/2016/07/29/pre1339> [Archivo PDF]
- Plain English (2021). Plain English Campaign. <http://www.plainenglish.co.uk/>

- Plain Language (s.f.). Plain Language in Sweden, the Results After 30 Years. <https://www.plainlanguage.gov/resources/articles/plain-language-in-sweden/>
- RAE (2021). El «Diccionario de la lengua española» supera los mil millones de consultas en un año. Real Academia Española. <https://www.rae.es/noticia/el-diccionario-de-la-lengua-espanola-supera-los-mil-millones-de-consultas-en-un-ano>
- RedACTE (2020). Laboratorio Fundéu-RedACTE: promisorio frente de acción para los correctores. RedACTE. <https://redacte.org/2020/07/09/laboratorio-fundeu-redacte-promisorio-frente-de-accion-para-los-correctores/>
- UniCo (2019a). 3.er Encuentro Nacional de Correctores. Unión de Correctores. <https://www.uniondecorrectores.org/enc3>
- UniCo (2019b). Correcta Madrid. Unión de Correctores. <https://www.uniondecorrectores.org/correcta-madrid/>
- UniCo (2020). Jornada Corrigere 3. El profesional ante las variedades del español. Unión de Correctores. <https://uniondecorrectores.org/jornadascorrigere3>
- UniCo (2021a). El corrector, tu aliado invisible. Unión de Correctores. <https://www.uniondecorrectores.org/profesion/>
- UniCo (2021b). Radiografía de la profesión de corrector. Unión de Correctores. <https://docs.google.com/forms/d/1TcovXzORIOJb7Ld0UtZAtkTcl1bSuEn9qRuKck45-T0/edit?gxids=7628#responses> [Archivo PDF]
- UniCo (2021c). Formación. Unión de Correctores. <https://www.uniondecorrectores.org/formacion-2/>

- UPTA (2021a). Las pensiones, el talón de Aquiles de los autónomos. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos. <https://upta.es/las-pensiones-el-talon-de-aquiles-de-los-autonomos/>
- UPTA (2021b). Solo en enero se ha perdido la afiliación al RETA ganada en el año 2020. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos. <https://upta.es/solo-en-enero-se-ha-perdido-la-afiliacion-al-reta-ganada-en-el-ano-2020/>
- UPTA (2021c). La racionalización de los tiempos de trabajo, la conciliación y la igualdad II. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos. <https://upta.es/wp-content/uploads/2021/01/ESTUDIO-RACIONALIZACION-Y-TIEMPOS-DE-TRABAJO-210129.pdf> [Archivo PDF]

En la elaboración de este documento han participado Elena Ruiz Gutiérrez (filóloga hispánica y antropóloga, en calidad de autora) y Fernando Valdés Taboada (filólogo hispánico, en labores de apoyo y documentación), ambos correctores y socios de UniCo, así como la junta directiva de UniCo, que lo ha revisado.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

Usted es libre de:

Compartir — Copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia.

Bajo los siguientes términos:

Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales.

SinDerivadas — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, no podrá distribuir el material modificado.

Texto original: **Elena Ruiz Gutiérrez**

Maquetación: **Fernando Valdés Taboada**

Revisión de contenido y corrección: **Fernando Valdés Taboada y Junta Directiva de UniCo**

Diseño: **Mariana Eguaras**

Unión de Correctores www.uniondecorrectores.org

Impreso por **Olelibros.com**

Índice

| | |
|----|--|
| 1 | 1. Introducción |
| 3 | 2. Perspectiva histórica de la profesión |
| 6 | 3. Áreas de actividad |
| 7 | 3.1. Sector editorial |
| 18 | 3.2. Medios de comunicación |
| 20 | 3.3. Mundo digital |
| 21 | 3.4. Lenguaje claro e inclusivo |
| 25 | 3.5. Otras áreas |
| 25 | 3.6. Producción de contenidos |
| 28 | 4. Radiografía de la profesión |
| 28 | 4.1. Régimen laboral |
| 29 | 4.2. Género |
| 31 | 4.3. Formación y cualificación |
| 33 | 5. Conclusiones |
| 37 | Bibliografía |