

El acceso al libro y el precio único

Marcelo Uribe, Director Editorial *Ediciones Era*, México.

La historia de nuestro desarrollo como especie ha tenido en el libro y en la lectura uno de sus instrumentos más eficaces. Es la memoria, es la organización del saber, es el instrumento de la justicia, es la posibilidad de encontrar un lugar en el mundo e interactuar con el entorno en todos los sentidos posibles. El encuentro entre el lector y el libro es uno de los mecanismos centrales del desarrollo democrático, del proceso civilizador y del mejoramiento de la especie.

Para intentar entender el acceso al libro en México es preciso acudir a algunas cifras. Si bien la información y las estadísticas del ramo editorial en América Latina y en particular en México dejan mucho que desear, ya que son vagas e incompletas, se pueden extraer de ellas muchos datos indicativos de tendencias clarísimas. Si sacamos un promedio de la variada información que proporcionan el Cerlalc (Centro Regional para Fomento del Libro en América Latina y el Caribe), la Asociación de Libreros Mexicanos, la Cámara de la Industria Editorial Mexicana, y algunas fuentes independientes como el Grupo Noriega y otras, podemos decir que en nuestro país, con más de 100 millones de habitantes, existen aproximadamente 500 librerías. Tenemos datos estadísticos también de la desaparición de librerías. Los números oscilan, pero todos sin excepción coinciden en que se ha reducido el número total en años recientes y que conservadoramente en la última década han desaparecido al menos un 30 o 35% del número total de librerías. El Cerlalc llega a afirmar en documentos oficiales que se trata del 40%, y la Asociación de Libreros Mexicanos, en una nota de abril de este año del diario *La Crónica* sostiene que el 43% de las librerías independientes ha desaparecido en el periodo. La venta directa del libro de texto a las escuelas por algunos de los grandes editores es una de las causas determinantes de la desaparición de librerías. Las guerras de descuentos, con el desbalance y la concentración que desencadenan, son también determinantes.

En cuanto al número total de librerías en nuestro país, el Grupo Noriega, según nota de *El Financiero* del año pasado, hace una discriminación más afinada y distingue que no son 500, sino 400, y de éstas, sólo 366 venden sólo libros, y de éstas, sólo 151 son clientes constantes y realizan sus pagos más o menos oportunamente.

Pero las señales de alarma no terminan allí. Para entender mejor las posibilidades de acceso al libro en México es necesario atender al índice de librerías per cápita, que según las distintas estimaciones equivale a una librería por cada 250 mil o 300 mil habitantes. Para darnos una idea de la magnitud del problema que enfrentamos es preciso ofrecer un marco comparativo. Veamos:

Argentina tiene una por cada 15 mil habitantes, España una por cada 12 mil, Alemania, una por cada 15 mil, Noruega, una por cada 8 mil, Costa Rica, una por cada 27 mil. Colombia, caso más desafortunado, una por cada 167 mil. Pero México, una por cada 250 o 300 mil. Un rezago en puntos de encuentro entre el lector y el libro digno, pensaríamos, de atención urgente.

Pero las señales de alarma continúan: el 40% de nuestras librerías está, según el Grupo Noriega, en el Distrito Federal (que tiene sólo el 18% de la población del país) y la mitad de los estados de la república cuenta con apenas una o dos librerías. No sólo padecemos un caso agudo de ausencia de puntos de encuentro entre los libros y la población, sino que además sufrimos un fenómeno de concentración extrema. Y más aun, si analizáramos el D.F. por barrios, llegaríamos a conclusiones todavía más aterradoras. Por lo demás, es

obvio que la concentración de librerías en la ciudad de México indica que el número de librerías per cápita en la provincia baja a niveles desgarradores.

Para más datos, se considera que el total de las librerías se localiza en el 6% de los municipios del país, según nota del El Financiero. En resumen, el país con más hispanohablantes del mundo ostenta una de las más vergonzosas redes de librerías del área idiomática y para colmo con una hiperconcentración grotesca que deja vastísimas zonas del país completamente desprovistas.

En estas condiciones, cualquier programa de fomento a la lectura, cualquier buena voluntad al respecto está destinada al más rotundo fracaso, pues el libro no está al alcance de la población. Y mientras el libro no forme parte del tejido social de nuestro país, mientras mucho más de la mitad de la población carezca por completo de puntos de encuentro con el libro, mientras siga siendo un artículo que se encarga a los parientes cuando van de viaje a la capital como si estuviéramos en la época colonial o fuera un oscuro asunto comercial semiclandestino de la Edad Media, la lectura será una actividad en vías de desaparecer. Vamos, irremisiblemente, hacia un país sin lectores.

De qué sirve, en estas circunstancias, que un niño de cada salón de clase, si somos muy afortunados, sea seducido por los placeres de la lectura, gracias, digamos, a las bibliotecas de aula o a las escolares, si, una vez enganchado no dispone de un lugar que le ofrezca libros para alimentar su recién adquirida afición. Si la ausencia de lectores es dramática para el desarrollo democrático del país y sólo nos puede conducir a nuevas formas de la barbarie, un lector potencial frustrado por falta de acceso al libro es algo escandaloso, y representa un imperdonable desperdicio de los recursos trabajosamente invertidos en crearlo. Que un lector potencial acabe siendo víctima de los videojuegos porque nuestra sociedad no pone los libros a su alcance es algo que no nos deberíamos permitir.

Esta situación, en un país que hace tres o cuatro décadas fue una potencia editorial en la lengua española, explica por qué las ventas de libros están estancadas, o francamente a la baja según otros análisis. En abril de 2005, El Financiero consigna una baja en el volumen de ventas entre 1994 y 2000 que se cuantifica en cerca del 30%. En el mismo artículo se menciona la desaparición de al menos 17% de las editoriales establecidas en México. Claro que todos sabemos siempre de alguna librería que abre o de un nuevo editor, pero las tendencias son ésas.

Ésta es, espero que todos coincidamos, una muy grave situación que requiere y en verdad exige ser mirada de frente por todos nosotros. Ante este panorama, no hay campaña de fomento a la lectura, campaña de carteles ni de slogans que funcione. Aquí se requieren planteamientos verdaderamente estructurales que remedien este gravísimo problema antes de que sea demasiado tarde (si es que no lo es ya). Cualquier actitud que pretenda usar curitas o soluciones folklóricas o sexenales equivale a tapar el sol con un dedo. No estamos hablando, está claro, de un ligero rezago.

México podría ser vanguardia, como lo ha sido en otros periodos de la historia, y hoy es una muy distante retaguardia que contempla cómo se aleja la población del libro.

A principios de 2004 se conformó un grupo muy diverso (gracias a la generosa e inteligente convocatoria de Raúl Zorrilla) con el fin de intentar un diagnóstico de la situación del libro en México y en particular de la ley del libro que existía en ese momento. Ese grupo fue conformado por profesionales de muy diversas áreas relacionadas con el libro con el fin de conciliar los intereses de los diversos sectores. Libreros, escritores, periodistas, personalidades ligadas al poder legislativo, editores, promotores de la lectura, organizadores de ferias del libro, funcionarios culturales, abogados, en fin, una amplísima gama de personas. De los análisis

que ahí surgieron, se fue desprendiendo la necesidad de formular una nueva ley. Y entre los puntos que forman parte de esa propuesta está precisamente el del precio único. Esa ley se afinó a partir de diversas consultas con expertos constitucionalistas, se presentó al Senado, donde fue aprobada por unanimidad, y luego a la Cámara de Diputados, donde un mes después se aprobó por amplia mayoría. Hoy esperamos la publicación de la ley por parte del poder ejecutivo.

El asunto del precio único al libro es algo que se remonta a mucho tiempo atrás y en algunos países está en vigor desde principios del siglo XIX y aun antes. En un principio se trató de un acuerdo entre editores y librerías, que en su momento fue considerado un valioso avance para la igualdad de acceso al libro, en algunos países europeos donde funcionó sin perturbaciones muchas décadas. En particular vale la pena recordar los casos, hoy contrastantes, pero entonces análogos, de Inglaterra y Alemania. En ambos países se daba ese acuerdo que proponía cada título con un sólo precio al público en todo el territorio. Situaciones similares que sostenían un sólo precio para cada título existían en Francia y España, entre varios otros países.

La historia de las legislaciones del precio único, sin embargo, data de años más recientes, y surge a partir de que se comenzó a romper este acuerdo con las políticas de descuento que comenzaron a darse tanto en España como en Francia y que muy pronto comenzaron a mostrar su rostro engañoso y sumamente dañino para el libro, lo que produjo una urgencia de legislar dada la importancia que se concede al libro en esos entornos. En contra de lo que parece a primera vista, el principal damnificado fue muy pronto el público lector, pues se enfrentó esencialmente a dos fenómenos: el alza artificial de precio sugerido por el editor para cubrir los descuentos de los pocos puntos que lo ofrecían, por un lado y, por el otro, la desaparición de muchas librerías pequeñas que no podían competir con esos descuentos.

La reacción en cadena no tardó también en manifestar otro rostro: la pérdida de espacios también acarrea una disminución de la diversidad de la oferta. Hoy al menos nueve países de la unión Europea tienen legislaciones que obligan a precio único: España, Alemania, Francia, Portugal, Grecia, Dinamarca, Luxemburgo, Holanda y Austria, y en dos más, Italia y Bélgica, se encuentra en trámite. En otras latitudes hay países que también lo tienen, como Corea y Japón. Quizás convenga señalar que Suecia que no tiene precio único desde 1975, ha tenido que diseñar un costoso sistema de subvenciones a las librerías para mantenerlas a flote y tiene una de las industrias editoriales más débiles de la zona.

El libro es un artículo con características muy singulares. Además de ser un bien cultural, y esto no puede pasarse por alto rápidamente, pues esa condición nos obliga moralmente a tratar de defenderlo, es un importante factor de cohesión social especialmente en zonas frágiles y con poblaciones excluidas. No es sólo vehículo de entretenimiento, sino de saber cultural, de historia, de pensamiento, de técnica, de ideas, de saber especializado, de crítica, etcétera, etcétera, etcétera. En suma, es uno de los instrumentos democratizadores y civilizadores más valiosos de los que dispone el género humano.

Por otro lado la oferta editorial se caracteriza precisamente por su diversidad. En nuestra lengua, y tenemos que entender que el ámbito del libro mexicano debe verse y entenderse como el ámbito de la lengua española, pues es en ese contexto "global" donde compite, tan sólo con los nuevos títulos de México y España se cuenta cada año con unos 80 o 90 mil títulos diferentes además de los muchos cientos de miles ya existentes. Cada uno de ellos diferente en presentación, tamaño, papel, precio, tipografía, ideas, encuadernación, género, posible público lector, orientación política, contenido técnico, histórico, en fin. Esta característica hace de la industria editorial una de las más competidas, si no es que la que más.

El precio único permite que todo este vasto universo de libros compita entre sí en el mercado en igualdad de circunstancias al ofrecerse en las mismas condiciones de precio a todos los habitantes del país. Esto,

por sí solo, elimina el fuerte carácter social y geográficamente discriminatorio de la concentración y de las políticas de descuento. Así, se favorece que la librerías aparezcan en todos los rincones y compitan por su servicio, por su surtido, por su localización, por su especialización, por su capacidad de atender la demanda diversa.

Si se aplicaran los criterios de la sobrevivencia del más fuerte al libro en un mercado sin ningún tipo de restricciones, se caería, como en parte ha comenzado ya a suceder entre nosotros, en una tendencia que privilegiaría la existencia del puñado de libros que tienen un mercado masivo en detrimento de los miles y miles de libros que tienen públicos minoritarios. Por su condición, por sus peculiares características, el libro, los libros, los cientos de miles de libros que existen en nuestra lengua (no olvidemos que tenemos una lengua hablada por casi 400 millones de seres humanos, más de la cuarta parte de ellos mexicanos) tienen públicos minoritarios.

La tendencia que hemos presenciado a lo largo de las últimas tres décadas en México, tiende a apreciar a los pocos libros que seducen a las mayorías y la oferta ha tendido a reducirse a esos títulos, los más fuertes, los más vendidos. Los espacios de las librerías serían monopolizados por ellos, y los libros que “no se pueden defender en el mercado”, digamos los de Aristóteles, o para el caso la mayoría de los libros escritos y producidos en los siglos anteriores, deberían desaparecer. Nadie tiene nada contra los best-sellers. El precio único no se propone en modo alguno atacarlos ni tampoco atacar a las grandes cadenas de librerías. Ambos son necesarios, indispensables para el mercado del libro. Sin embargo es preciso para el equilibrio ecológico del saber que convivan con los libros minoritarios y no los desplacen ni se concentren en unos cuantos puntos, pues todos los libreros los necesitan para sobrevivir.

No hay librería, ni cadena de librerías capaz de albergar esos cientos de miles de libros que existen hoy en nuestra lengua. Por ello, la concentración y la desaparición de librerías pequeñas e independientes es particularmente grave y actúa precisamente en contra de la diversidad cultural que nuestro país ha defendido hace apenas unos meses en la UNESCO. Es preciso que exista una cadena amplia, diversa, con capacidad para especializarse en distintas áreas, con intereses de distinto género para que esa enorme producción se abra camino hacia los lectores que la requieren, e históricamente es el precio único lo que favorece el crecimiento de esa red.

Es conveniente citar algunos beneficios adicionales del precio único, así como desmontar algunas de las percepciones falsas que lo rodean.

En primer lugar es preciso decir lo obvio: La ampliación de la red de librerías a que ha conducido el precio único en los lugares donde se ha observado, tiene una incidencia directa en los índices de lectura.

El precio único favorece la edición de títulos, alarga la vida los libros en el mercado y permite la especialización de las librerías como afirma la Federación de Gremios de Editores de España, así como también favorece la diversificación del mercado.

El trabajo del librero dentro de un sistema de precio único tiende a profesionalizarse en la medida en que tiene que ofrecer un mejor surtido, un mejor servicio (y no sólo mejor descuento, lo cual no es un servicio profesional y sólo logra un aumento artificial de precios).

El precio único permite un acceso igualitario a la cultura y la educación al poner el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio y para todos los compradores

El precio único permite y fomenta el ecosistema de la diversidad cultural y la pluralidad ideológica al dejar espacio para que ésta se desarrolle en una amplia cadena de puntos de venta.

Por otra parte es preciso apuntar que el precio único no es un asunto ideológico sino un asunto esencialmente práctico que permite el desarrollo y el saneamiento de una cadena del libro absolutamente necesario y beneficioso para todos.

El precio único permite y fomenta una baja de precios al consumidor. En todos los lugares donde se aplica, la tendencia de los precios al consumidor ha sido a la baja. En Francia, por ejemplo según datos del sindicato de libreros, mientras la inflación acumulada de varios años ha sido del 12%, el aumento de precios del libro en el mismo periodo ha sido tan sólo del 6%, es decir ha tenido un impacto deflacionario. En Alemania, con una inflación promedio de 1.5%, el libro ha sostenido aumentos del 1%. En España se ha documentado la misma tendencia.

Estos datos echan por tierra la idea de que el precio único aumenta el precio de los libros y, para reafirmar esta tendencia, es preciso observar con cierto detalle el caso del Reino Unido que es particularmente pertinente para el análisis del precio único.

El Net Book Agreement (el nombre que se le daba al acuerdo por el cual se mantenía un sistema de precio único), que había privado por muchos años, fue abandonado en septiembre de 1995. En realidad es el único país europeo (además del desafortunado caso citado de Suecia) que ha abandonado el sistema, y lo que ha sucedido ahí ha sido analizado en detalle por muchos.

Quisiera mencionar algunos datos recientes recogidos por Frank Fishwick, ex director de estudios económicos de la Universidad de Cranfield y asesor de la Asociación de Editores del Reino Unido (datos publicados en el volumen Situación de la librería en algunos países europeos, en mayo de 2005). En términos generales, los ingleses han tenido que gastar una cantidad mayor en libros. La Oficina Nacional de Estadísticas indica que el incremento en el gasto en libros se debe a un fuerte aumento de los precios marcados por los editores a sus libros a partir de que el precio único fue suprimido. Entre 1995 y 2003 (año en que se detiene el análisis que cito), el precio de los libros se incrementó en 29.6%, mientras que la inflación del periodo fue de 17.8% (en el libro de bolsillo el aumento fue todavía mayor, entre 33 y 40 %). En el mismo periodo se pasó de tener 1894 librerías independientes a 1594, es decir, cerraron 300 librerías. Y por ende, el mercado tendió a concentrarse en las grandes cadenas, que exigían mayores descuentos y empujaban al alza el precio marcado por los editores.

Al final, a pesar de los descuentos, los consumidores de libros terminaron por pagar más dinero por los mismos libros en un mercado más concentrado con pérdida también de editoriales. La venta a bibliotecas sufrió drásticos cambios ya que casi todos los minoristas que se dedicaban a él desaparecieron debido a la guerra de descuentos. Sólo el best-seller bajó de precio al consumidor, pero se alejó de las librerías pequeñas.

Otra de las objeciones que se suele hacer al precio único es que se asemeja a las viejas ideas populistas de control de precios, pero es muy claro que se trata de un severo malentendido, pues es algo totalmente distinto, que está en funciones en muchos de los países con las economías más liberales y más distantes de esos métodos, como son los de la Unión Europea. El control de precios, en la mayoría de los casos, es una decisión de Estado que fija el precio de determinados productos homogéneos, para toda la sociedad, como el gas o la leche o el tabaco y elimina así la competencia. Aquí estamos en un escenario que nada tiene que ver con esos mecanismos.

El libro no es un producto homogéneo. Como vimos, es quizá uno de los productos menos homogéneos que existen y con más variedad, cientos de miles de prototipos que compiten entre sí en precio y en todo lo demás. Lo único que se pretende es que el comercio del libro no elimine ni limite esa diversidad y que esa competencia se mantenga en todo el territorio y se beneficie al público con un acceso igualitario y democrático, en condiciones más favorables de precio, al mismo tiempo que se diversifique la cadena de librerías.

Desde luego el sistema de precio único no es una panacea instantánea, sería muy raro que así fuera. Sin embargo, es el único punto de partida de que dispone la sociedad hasta ahora para fomentar el acceso al libro, beneficiar al lector, abatir los precios, fortalecer las librerías, combatir el monopolio y fomentar la diversidad. Las tareas que siguen a la implementación del precio único son inmensas para todos, pero sobre todo significan un enorme reto para los libreros.

La industria editorial debe estar consciente de esto, debe apoyar el necesario surgimiento de las nuevas librerías y colaborar en todo para que la observación de este sistema rinda sus frutos. Y sobre todo debe cerrar filas para defenderlo, pues siempre habrá que estar dispuestos a desarticular los numerosos malentendidos que este sistema puede suscitar.

La cultura, el saber social no está sólo conformado por el pequeño grupo de libros que venden cientos de miles de ejemplares, sino por los cientos de miles de libros que venden mil, dos mil, tres mil, 5, 10, 15 mil. Permitir que exista la posibilidad de acceso a esos libros, que se multipliquen los puntos de encuentro entre esos libros y sus lectores potenciales es un asunto que se sitúa en el inicio de todo planteamiento que se proponga la lectura como un bien, como un fin. Nuestra cadena del libro padece de una enfermedad grave en uno de sus eslabones, y como toda cadena, ésta es tan débil como su más débil eslabón. En nuestras manos está que la cadena completa se fortifique.