

## Libros y precio fijo: un debate necesario

Juan Domingo Argüelles; Director de Normatividad, Entrenamiento e Información de la Dirección General de Bibliotecas del CONACULTA; México

A la fecha, no se sabe de nadie que haya dejado de fumar, producto de la falta de estímulo que le significó saber que sus cigarrillos preferidos tenían precio fijo o único. Tampoco se ha sabido que los bebedores de coca-cola, desmotivados por el precio fijo de su bebida favorita, hayan dejado de consumirla. En varios países, el combustible para automóviles tiene también precio fijo o único, y no se ha sabido de nadie que, antes de comprarse un automóvil, se sienta desalentado al saber que las empresas de la gasolina no le harán ningún descuento especial si adquiere su combustible en cierto tipo de establecimiento.

Todo esto es verdad, pero hay algunos comentaristas culturales y una buena cantidad de economistas y de líderes de opinión que no lo saben o no lo quieren saber, pues aseguran que si se pone precio fijo o único al libro en México, la gente, desalentada, dejará de leer, debido a que los libros ya no tendrán amplios márgenes de descuento. Encuentran también que, en un sistema económico de libre mercado, es una aberración hacer excepciones con el libro, y sostienen que una gran librería, que ha invertido enormes recursos en modernizarse para atraer a sus clientes, tiene derecho a ofrecer buenos descuentos a los consumidores finales, aunque ello repercuta desfavorablemente sobre las pequeñas librerías, que no están en condiciones de ofrecer descuentos similares. Esta imposibilidad de ofrecer tales descuentos se traslada más bien como una culpa a las pequeñas librerías: la culpa de no haberse adaptado a las modernas y siempre más exigentes condiciones del mercado; la culpa de no haberse actualizado; la culpa de pretender sobrevivir en un mar sembrado de tiburones, y, valga decir, de tiburones buenos para la economía del libre mercado.

Aunque parezca sorprendente, estas cosas llegan a pensarse como verdades justas. Es como si a los que tienen poder de opinión y decisión, no les importara que desapareciera una especie animal, amenazada por los depredadores, y acabáramos concluyendo, archidarwinistamente, que si sólo deben sobrevivir los más aptos, es inútil que insistamos en salvar a las librerías medianas y pequeñas.

Así, ciertos analistas sostienen que no se debe implantar el precio fijo o único del libro porque de este modo se perjudica a los grandes establecimientos expendedores de libros (que han invertido importantes recursos en su modernización) en aras de beneficiar tan solo a las pequeñas librerías que, nostálgicas de un tiempo ya superado, no han hecho nada por modernizarse y ponerse al día en el libre mercado. Para estos analistas, lo mejor sería que dichos establecimientos de ínfima inversión, en bienes y servicios, desaparecieran de una vez y para siempre, para abrir paso a los grandes negocios que van acordes con la modernidad mercantil. En lugar de cientos o de miles de establecimientos pequeños, decenas o cientos de grandes almacenes de libros con políticas de descuento que llenen de entusiasmo a la clientela.

Da la impresión de que las personas que piensan así han leído muy pocos libros en su vida, no les importa realmente la lectura ni quieren entender, en lo más mínimo, porqué el concepto de precio fijo o único favorece la compra de libros más que desanimarla, y beneficia a todas las librerías por igual y, asimismo, a todos los consumidores de libros.

Habría que explicarles, a quienes se oponen al precio fijo del libro, que no se trata de que todos y cada uno de los libros cuesten lo mismo, sino que los editores que, como siempre, establecen el precio final de venta al público de cada título, lo sigan haciendo pero bajo un esquema real en donde ese precio sea siempre igual, lo mismo si se comercializa en una tienda de autoservicio que en una librería de gran superficie o en una de características mediana o pequeña; es decir, que en ninguna parte del país el libro cueste más o cueste menos, sino exactamente lo mismo. En esto consiste el precio fijo o único para cada título, lo mismo si se adquiere en la ciudad de México que en otras ciudades o en otros pueblos de la República mexicana. Nada de descuentos excesivos, a los que nos han acostumbrado las librerías de las grandes cadenas, producto de su poder especulativo que es capaz de obligar a los editores a hacerles amplios descuentos, obligándolos, también, a poner precios irreales que puedan soportar dichos descuentos para poder conservar márgenes de ganancia. Hay gente que sabe de este engaño: para poder hacer esos descuentos, antes deben inflarse artificialmente los precios.

En realidad, los amplios descuentos que aplican al libro las grandes librerías acaban siendo perjudiciales para la industria editorial y para los lectores mismos, pues sólo inflando los precios (muchas veces por encima de la inflación real del país), los editores pueden soportar los descuentos que les imponen las grandes cadenas de librerías. De otro modo, el precio fijo o único podría ser (tendría que ser) mucho menor y el plus de las grandes librerías estaría no en los amplios descuentos, sino en el atractivo de los demás servicios que ofrecen. Ningún fumador espera que le hagan un jugoso descuento en sus cigarrillos nada más porque los adquiere en una tienda de caché. En el estancillo más modesto el paquete de cigarrillos le cuesta exactamente lo mismo que en un expendio de mayor facturación.

¿Quiénes salen ganando con el precio fijo? Desde luego, los lectores y los fumadores. No es del todo exacto que el sistema del libre precio en las grandes librerías haya favorecido, a lo largo de los años, el gusto por la lectura. Las grandes librerías, además —no hay que olvidarlo—, privilegian los materiales de flujo rápido: best sellers y éxitos comerciales de todo tipo, en detrimento de los materiales formativos que constituyen un sustrato de ganancia lenta.

De todo esto ha escrito con enorme lucidez Gabriel Zaid, sin que les caiga el veinte a muchos economistas y críticos de opinión. Inflar artificialmente los precios para luego dar descuentos a los grandes libreros que, a su vez, los darán a los clientes es una ficción absurda y una tonta lección de economía (aunque nada sepamos de teoría económica).

Y respecto de la falsa acusación de que lo que se pretende es favorecer un monopolio de la industria editorial dentro de la economía general del país, la siguiente observación de Zaid aclara perfectamente el asunto: “En el mercado de los libros, no hay, no puede haber, competencia para un título, porque cada uno es monopolio de su autor o editor”.

El libro es una mercancía, pero es algo más que una mercancía; es una mercancía muy especial cuyas características resultan insospechadas para quienes sólo quieren ver precio y ganancia, pero no alcanzan a vislumbrar inversión cultural y sustrato educativo. Tiene razón Carlos Fuentes cuando afirma que un libro aunque esté en el comercio, trasciende el comercio.

En todos los países europeos donde se aplica el precio fijo o único, este esquema ha sido de gran beneficio para el desarrollo cultural en general, para el desarrollo mismo de la industria editorial y para conseguir que las medianas y pequeñas librerías no desaparezcan por la competencia desleal; es decir, por la de la política de libres descuentos. Los amplios descuentos son un lujo que sólo se pueden dar las grandes cadenas de

librerías y las librerías de enormes superficies que prácticamente ponen de rodillas a los editores para luego saludar con sombrero ajeno presumiendo su vocación benefactora a favor de la lectura y los lectores.

Existe una gran demagogia en el descuento ilimitado a los libros, porque este descuento —está comprobado en múltiples países— se traduce en mayor encarecimiento y no en abaratamiento del producto. Las políticas de descuentos a lo que han llevado es a que la inflación en el precio de los libros termine por ser mayor a la inflación general acumulada. ¿Por qué? Por lo que ya se ha dicho: porque para conseguir un amplio margen de descuento al cliente final, primero hay que subir artificialmente los precios.

En México, el vicepresidente de la Asociación de Libreros Mexicanos, Arturo Ahmed Romero, ha explicado, con mucha precisión, los beneficios del precio único: “El precio fijo en el libro beneficiaría a toda la cadena productiva y en particular, a librerías y lectores... México ha visto cerrar cientos de librerías en las pasadas dos décadas. El precio fijo del libro podría ser, junto con otro tipo de estímulos, el inicio de la recuperación de las librerías. No solamente de las grandes cadenas, que tienen un papel importantísimo, sino de las pequeñas librerías, las librerías de barrio, las librerías como centro de reunión del público lector. Pasemos los ojos por Francia, por España, y preguntémonos si no sería deseable en nuestro país un refloramiento de la librería de barrio, concepto en desuso hoy en día... Sabiendo que un libro, como un periódico o una revista, se consigue al mismo precio en cualquier lado, el futuro lector se encontraría invitado a comprar aquel título que lo seduce desde la vitrina de la librería por la que pasa cada día”.

El precio fijo o único del libro no tiene como propósito premiar a los pequeños libreros (incluidos los inoperantes) nada más por ser pequeños. Su objetivo es impedir una guerra fratricida y desigual entre las librerías grandes, medianas y pequeñas. El arma de la política del libre descuento está en manos de las grandes cadenas de librerías y condena a desaparecer a los pequeños establecimientos que, ante un arma así, carecen de defensa, dentro de un modelo económico que se rige por la competencia de libre mercado pero que desprecia la inversión cultural.

Establecer el precio del libro es un derecho de las casas editoriales, pero bajo el modelo de los grandes descuentos las condiciones que imponen las grandes librerías para exhibir y vender los libros se torna chantaje. El editor y más aún el mediano o pequeño editor tienen todas las desventajas de quien acepta lo que sea con tal de que sus libros se exhiban y se vendan en los canales de mayor difusión. De esto se ha ocupado con mucho tino André Schiffrin en su libro *La edición sin editores: Las grandes corporaciones y la cultura* (1999), en el cual reseña las enormes desventajas con las que operan las librerías independientes sometidas a la política agresiva de las grandes cadenas de comercialización del libro.

Si bien es cierto que la mayoría de los bienes y servicios funcionan con el esquema de precios libres en la economía de mercado, no debemos olvidar que un libro (el que sea) no se puede comparar digamos con un champú: cada libro es único y diferente de los demás y sólo compite consigo mismo. La libertad de descuentos a lo que lleva es a la desaparición de los miles de títulos de flujo lento, que no es fácil encontrar en las grandes librerías porque no constituyen el mejor negocio. Los libros de éxito desplazan cada vez más a estos títulos que son realmente los destinados a perdurar, y con ello se afecta por supuesto a los lectores.

En el Real Decreto 484/1990, del 30 de marzo, sobre Precio de venta al Público de Libros, de España, éste considera que “la existencia de un precio fijo para cada libro asegura, al darse dicho precio en todos los puntos de venta, que las ediciones de rápida rotación no desplacen a las de vida más larga, hecho imprescindible si se quiere mantener una oferta editorial culturalmente plural, heterogénea y rica. Por otra parte, el precio fijo permitirá que la competencia entre establecimientos detallistas de distinto tamaño se establezca

sobre factores diferentes al precio, permitiendo una oferta plural y un mayor número de puntos de venta en beneficio del consumidor final, esto es del lector”.

En el artículo primero de dicho Real Decreto se dispone que “todo editor o importador de libros está obligado a establecer un precio fijo de venta al público o consumidor final de los libros que se editen o importen con independencia del lugar en que se realice la venta o del procedimiento a través del cual se efectúa la misma. El precio de venta al público al contado podrá oscilar entre el 95 por 100 y el 100 por 100 del precio fijo”.

Con ello queda muy claro que los descuentos no podrán ser exorbitantes y desleales y que sólo podrán venderse los libros con los descuentos máximos que se especifican, a manera de excepción, en los siguientes casos, según el artículo 3 del mismo decreto: a) En el Día del Libro y Ferias del Libro, Congresos o Exposiciones del Libro, siempre que así lo determinen sus entidades organizadoras, cuando éstas pertenezcan a los sectores de la edición y comercialización del libro, con un descuento máximo del 10 por 100 del precio fijo; y b) Cuando el consumidor final, de acuerdo con el artículo 1 del Real Decreto, sean bibliotecas, archivos, museos, centros docentes legalmente reconocidos o las instituciones o centros cuyo fin fundacional sea científico o de investigación, con un descuento máximo del 15 por 100 del precio fijo.

Es verdad, como estima la periodista Lucía Iglesias Kuntz, que los adictos al libro leerán a cualquier precio (los vicios, no admiten excusas, diría Zaid), pero si lo que se desea es favorecer la lectura. Lo lógico sería que los discursos oficiales fueran congruentes con sus presuntos buenos propósitos y que estos buenos propósitos estén a la altura de lo que pregonan, favoreciendo al lector e impidiendo que las pequeñas librerías se vean obligadas a desaparecer, a extinguirse, por una política incapaz de conciliar y armonizar lo comercial y lo cultural.