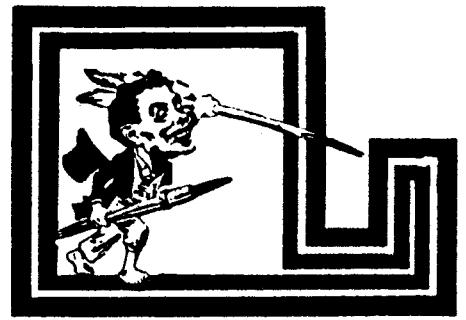


REFLEXION LIBERTARIA

n° 14

JULIO 1993

Sinceridad, estudio, trabajo



PRESENTACION

LA CRISIS DEL LIBRO

En esta catorceava Reflexion Libertaria, y al efecto de la celebracion de la 22ava. Feria Metropolitana del Libro, abordo el tema de la denominada "crisis del libro", añadiendo dos articulos sobre ello publicados en el diario EL FINANCIERO en sus ediciones del 26 y 27 de mayo del presente año, escritos por el señor Alberto Aguilar en la seccion NEGOCIOS.

Espero que la informacion aqui vertida pueda ser de utilidad para quienes la palabra escrita si es una necesidad.

México, D.F.

Julio de 1993.

Omar Cortés



Un mal crónico de nuestro tiempo

I

De vez en vez, leemos en algún periodico o alguna revista un articulo referente a la problemática que en la actualidad enfrenta la elaboración y comercialización del libro. Por lo general la información brindada, palabras más, palabras menos, tiende a reproducir lo mismo. "La industria editorial está en crisis", y está en crisis porque el libro, exceptuando algunas líneas como la del texto escolar, simple y sencillamente se vende muy poco.

La comercialización de este singular producto enfrenta serios problemas. Se agrega que cada vez menos gente acude a las librerías y muchas menos son las que adquieren libros.

Por supuesto que esto no es nada nuevo. En sí, en nuestro país el libro siempre, con la salvedad de algunas líneas como la del texto escolar, ha enfrentado serios problemas de comercialización. Ahora bien, tomando en cuenta la problemática económica por la que atraviesa el país en su conjunto, por supuesto que

este asunto se complica aun más. El raquitico número de consumidores de libros tiende, debido en mucho a la baja en la capacidad adquisitiva de la inmensa mayoría de nuestra población, a reducirse todavía mas. Por otra parte, los canales, digamos naturales, de distribución de este producto, esto es, las librerías, resienten la enorme losa que representan sus gastos fijos, mismos que en muchos casos, no alcanzan a ser cubiertos con la venta de libros. El resultado de tan catastrófica situación se nota ya en cierres definitivos de esos establecimientos o bien en el cambio de giro.

El escaso número de librerías existentes en toda la República habla por sí solo. Pero, lo repito, esto no es asunto inédito, de hecho siempre ha sido así. Nada nuevo bajo el sol se ha producido.

Ciertamente, y esto debe ser tomado en cuenta, la aparición de nuevos productos, como por ejemplo el video, le ha hecho una terrible competencia al libro en sí. Y resulta alarmante lo que pueda suceder al futuro.

Dejando a un lado el slogan de que "el libro es cultura", slogan que por cierto muy poco dice de ese producto, porque a fin de cuentas el pan de muerto también es una manifestación cultural y a ningún panadero se le ha ocurrido publicitar su producto con semejante slogan, tenemos entonces que el libro en sí no es más que un instrumento de almacenamiento y transmisión de información, todo lo variada que se quiera, pero a fin de cuentas un simple instrumento de almacenamiento y transmisión de información, y resulta que en ese campo ha habido innovaciones sorprendentes, que a la larga harán aun más competencia al libro.

Hace ya un considerable número de años hubo un personaje famoso que no dudó en afirmar que la, por él denominada, "era de Gutenberg", esto es, la era de la transmisión de información vía material impreso, no tardaría mucho en quedar relegada a los museos. Lógicamente tal afirmación resultó bastante exagerada, mas sin embargo ello no nos conlleva a calificarla de totalmente equivocada.

El surgimiento de instrumentos de almacenamiento y transmisión de información como lo son la computación y el enorme mundo de posibilidades que en germen contiene, nos prefigura lo que al futuro puede ocurrir y ello no pertenece necesariamente al campo de la ciencia ficción.

De que los avances tecnológicos ponen en apuros a ciertas industrias, es innegable. Por ejemplo, en la industria del disco, industria por supuesto mucho más pujante que la del libro e igualmente relacionada con

el almacenamiento y transmisión de información, la necesidad de la transformación ya se ha presentado. El tradicional disco de 33 r.p.m. ha sido condenado a ocupar un lugar en un museo junto con los viejos discos de 78 r.p.m. La era de los compact emerge desplazando al disco tradicional. No pasará mucho tiempo para que el casete siga el mismo camino que los discos de 33 r.p.m.

En la industria del libro, no obstante que también ha habido el impacto de la nueva tecnología, esta no se ha reflejado en el producto terminado, esto es, no ha habido un cambio substancial en el libro en sí.

Ciertamente la denominada compuedición en mucho ha facilitado y, sobre todo, agilizado, una parte del proceso de producción del libro, pero ello no se refleja cuando el libro llega a su destinatario. De hecho, incluso con el vetusto sistema de prensa plana se lograban resultados excelentes. Por ejemplo, un libro editado en la década de 1940 en nada se diferencia de uno editado en la actualidad, e incluso y he aquí un dato que avala lo que sostengo, no son pocas las ediciones que con toda justicia pueden considerarse en mucho superiores a las actuales.

Con lo anterior no pretendo, en momento alguno, criticar a la producción editorial actual. Muy lejos de mi tal objetivo. Simplemente busco ejemplificar acerca de la cuasi inexistencia de alguna transformación profunda en el libro.

Si comparamos, por ejemplo, una grabación de tal o cual orquesta o cantante, realizada en la década de 1940 con una actual, notaríamos de inmediato la diferencia.

Inclusive, en el campo de las revistas en donde las posibilidades de diseño gráfico marcan en sí la pauta, podríamos igual percatarnos de la diferencia entre una revista editada en 1940 y una editada en la actualidad. Sin embargo, insisto, en el terreno específico del libro no sucede igual.

Tenemos, entonces, que el libro, en cuanto instrumento de almacenamiento y transmisión de información, se mantiene un tanto al margen del impacto producido por la renovación tecnológica. Sabemos que en su proceso de producción, en el cual intervienen diversas ramas industriales de por sí independientes a él, la renovación tecnológica sí impacta de manera determinante. Hemos hablado de la compuedición, y también podríamos mencionar nuevas técnicas de fabricación de papel, tinta, nueva tecnología en máquinas impresoras o encuadernadoras, etc., etc. Así pues, los cambios tecnológicos afectan a las diferentes áreas industriales, necesarias para la producción de edición de libros, que sin embargo son independientes en la medida en que no requieren de la edición de libros para su supervivencia y desarrollo. Ni la industria de papel, ni la de las artes gráficas, incluso ni tan siquiera la denominada compuedición, dependen de la producción de libros para existir. En pocas palabras, podría llegar el día en que no se editara ya ni un solo libro y sin embargo esas industrias seguirían existiendo y renovándose.

Deseo puntualizar que estoy haciendo referencia única y exclusivamente al libro, y no a las revistas o periódicos. Mi interés se centra en el libro, y de ninguna manera considero que sea posible meter en un mismo costal a

periódicos, revistas y libros. El mundo del periódico y el de la revista son mundos por completo diferentes, en todo, al del libro.

III

Otro aspecto interesante y que no podemos pasar por alto es el proceso de comercialización del libro.

Lo primero que debemos de analizar es que en este producto el precio de venta al público es fijado por el industrial. La editorial fija de antemano el precio al que debe venderse tal o cual título, y por si esto fuese poco, corresponde también al editor fijar la ganancia del librero o distribuidor.

Como bien sabemos, en otros giros priva la política del precio neto a distribuidores, con los típicos descuentos adicionales por volumen o pronto pago, correspondiéndoles a éstos fijar el precio al público y, por lo tanto, determinar su ganancia. Pues bien, en el libro las reglas del juego comercial son otras.

Curiosamente el editor no tan sólo determina su ganancia sino que se llega al colmo de determinar la ganancia del comerciante, y ello sin conocer las necesidades de cada establecimiento comercial en lo particular. Por lo general, salvo contadas empresas editoriales, la política de los descuentos no va más allá de un costumbrismo burdo. Tenemos entonces que no son las reglas del mercado quienes van a determinar el valor de tal o cual libro y por consiguiente su rentabilidad, sino que curiosamente existe sobre este producto un sutil control de precio fijado por el mismo industrial que en no pocos casos se transforma en un pedrón para el comerciante.

Covía señalar que el trato dado por el editor al gran comercio no es, en lo absoluto, proporcional al otorgado al mediano y pequeño comercio, llegándose incluso a fomentar la más terrible aberración: la competencia desleal. En efecto, no son pocas las veces en que algún gran establecimiento comercial ofrece libros con un descuento mayor que el ofrecido directamente por el editor al mediano o pequeño comercio.

Ahora bien, por lo general y habida cuenta de que no es el mercado quien va a determinar el valor y rentabilidad de este producto, curiosamente el precio de un libro se mantiene incólume por los siglos de los siglos, hasta que se agota o se salda la edición. Esto es un contrasentido producido precisamente por el error del sutil control de precio ejercido por el industrial. Va un ejemplo. Un libro de tal o cual editorial es promocionado debidamente consiguiéndose una buena demanda, por supuesto el valor aumentará en la medida en que la demanda vaya en aumento, pero resulta que llega el día en que tal demanda comienza a bajar, lo lógico sería que en ese momento el libro en cuestión fuese bajando de precio, sin embargo ello no sucede y el precio seguirá siendo el mismo aunque de ese libro ya no se venda ningún ejemplar. Ya lo he señalado: el precio al público es controlado por el industrial y, el comerciante, sobre todo el mediano y el pequeño, cuenta con un escaso margen de posibilidad para influir, decisivamente en una lógica variación en el precio al consumidor.

Resulta increíble que las denominadas "librerías de ocasión", destinadas a la venta de libro usado cuenten con mayores posibilidades de

subsistencia habida cuenta de que, al no estar amarradas con el sutil control de precio establecido por los editores, gozan de la posibilidad de fijar ellas mismas su ganancia.

IV

En el momento en que esto escribo se encuentran almacenados centenares de miles, si no es que millones de libros, en las diversas bodegas de las editoriales. Todos y cada uno de ellos tienen un precio que fue fijado por el editor, pero en muchos, en muchísimos casos, esos precios fijados son del todo irreales puesto que precisamente la no venta de ese producto claramente demuestra que nadie está dispuesto a pagar lo que en alguna lista de precios se dice que vale. ¿Qué va a pasar con esa producción embodegada? Tarde o temprano se saldrá, esto es, se fijará un precio muy barato con tal de deshacerse de ella. Así, un libro que según míticas listas de precios tiene un valor de veinte nuevos pesos, llegará un día en que sea ofertado a veinte o cincuenta centavos de nuevos pesos. He aquí a lo que conduce la "lógica" de las listas irreales de precios.

Pienso que, para el bien del librero o distribuidor, ha llegado la hora de cambiar a la política del precio neto dejando al librero o distribuidor la libertad de fijar el precio al público, con el objeto de que establezca su propia ganancia de acuerdo a sus necesidades.

Tal cambio, no constituiría un problema para el editor, sino que por el contrario le facilitaría la facturación. Por otra parte, el uso de los descuentos quedaría destinado a volumen de compra y al pronto pago. Con la

implantación de tal medida los libreros y distribuidores podrían beneficiarse al tener la posibilidad de fijar su propia ganancia y, sobre todo, de flexibilizar, de acuerdo a las características de tal o cual libro, el precio al consumidor. No podemos olvidar que en el comercio del libro la individualización de cada producto adquiere particular relevancia. Vender libros no es lo mismo que vender papas o papel higiénico. La particularización del libro es la pauta que rige su venta. Así, salvo en la línea del texto escolar en donde la compra es forzada por una necesidad, en todas las demás líneas no priva el factor de obligatoriedad. Tenemos entonces que el libro se vende por unidad, ya que es muy raro que una persona compre tres o cinco libros del mismo título a no ser que lo haga para regalarlos a sus amistades.

Quien está en contacto cotidiano con el público consumidor de libros no son los agentes de ventas de las editoriales sino los libreros o distribuidores. Corresponde, por lógica a éstos determinar las posibilidades de precio de tal o cual título.

Por lo común el editor al fijar el precio del libro toma en cuenta tanto el costo como sus particulares necesidades en cuanto a empresa con gastos fijos, otorgándole poca importancia a las posibilidades de la venta al menudeo. Por ejemplo, para un editor tal o cual título debe venderse a diez nuevos pesos, porque así lo determinó su equipo de producción, pero resulta que quizá ese libro, por una o varias razones, pudiese ser vendido con facilidad a veinticinco nuevos pesos. ¿Qué está pasando aquí?

Simplymente, se está impidiendo que el librero tenga mayor ingreso. For supuesto que también puede suceder, y de hecho con frecuencia sucede, este fenómeno a la inversa, o sea que el editor fije un precio muy por arriba de la posibilidad del mercado, y de nuevo es el librero quien paga los platos rotos al tener que soportar las quejas de su clientela sin haber sido él quien fijo el precio en cuestión, esto es, sin ser el responsable directo de ello.

V

Se me podrá objetar que yo hago excesiva referencia al pequeño comercio de libro, y ello en verdad es cierto. For completo me refiero a las pequeñas librerías, las que en mi opinión constituyen la única posibilidad de solucionar, en nuestro país, el gravísimo problema de la apatía hacia la lectura...de libros.

Así, no constante que a mediados de la década de 1980 hubo un Secretario de Estado que en una comparecencia ante la Cámara de Diputados tuvo la ocurrencia de expresar una de las mayores majaderías que en mi vida haya escuchado cuando dijo, palabras más, palabras menos, que México ya no podía ser un país de pequeños negocios y de industrias familiares. Yo en contraparte sostengo que en México siempre deberá existir un considerable espacio para este tipo de negocios e industrias familiares, ya que el olvidarlás es poner en riesgo la existencia de México en cuanto país independiente.

For supuesto que mi tendencia a preocuparme por la existencia de las pequeñas

librerías no implica un combate directo contra el gran comercio de libro, simplemente insisto en que se están haciendo las cosas al revés. Se está favoreciendo en demasía al gran comercio y paralelamente se está olvidando al pequeño. El pequeño comercio, a contraparte del grande, constituye una gran fuente de trabajo y en la actualidad ello es, en mi opinión, prioritario. For otra parte, el gran comercio no enfrenta la problemática del pequeño y perdóneseme que lo diga, pero yo no imagino un México en donde para ir a comprar un libro tenga uno que acudir a Samborns, Comercial Mexicana, Gigante o Aurrera. Lo repito, no tengo nada en contra del gran comercio pero si me opongo a que éste destruya al pequeño.

Que Samborns, Comercial Mexicana, Gigante y Aurrera vendan libros, ¡bravo por ello! Pero ... por favor, que esto no forzosamente conlleve a la desaparición de las librerías, sobre todo de las pequeñas.

México, D.F.

Julio de 1993.

Omar Cortés



Hombres, Nombres y... Nombres

Alberto Aguilar

■ *Las librerías un negocio en extinción; sólo 200 en el país*

ES EL ABSURDO y a la vez nuestra realidad como país. Los legítimos intentos por modernizarnos provocan esa amnesia, pero, nos guste o no, el dato habla por sí solo: en la República Mexicana existen a lo sumo unas 200 librerías. En ciudades como Monterrey, Guadalajara, Puebla estos establecimientos se cuentan con los dedos de las manos y la situación coyuntural que atraviesa la economía mexicana, caracterizada por la falta de liquidez, ha obligado este año a que cierren entre 15 y 20 de los pocos reductos donde aún se venden libros.

En una nación empeñada en ascender al primer mundo, cerca de asociarse con Estados Unidos y Canadá, la actividad comercial ligada al libro se encuentra en franco repliegue. La falta de rentabilidad, por una gradual pérdida del hábito de leer, es una causa, pero también la creciente competencia de cadenas como Sanborns, la empresa propiedad de Carlos Slim, y más recientemente de Vips, los restaurantes con boutique del Grupo Cifra que preside Jerónimo Arango. Estos atacan fundamentalmente los rubros del best seller, Og Mandino, Alfonso Lara Castillo, Caridad Bravo Adams, etcétera. Quizá no sea un nicho muy culto, pero sí muy rentable.

Al paso que van las cosas, en breve no será difícil que resulte una curiosidad encontrar una de esas grandes y espaciosas librerías, olorosas a papel, repleta de estantes y relucientes armarios con miles de orgullosos libros escritos por doctos autores.

Los otros grandes competidores de las librerías son la televisión, los video-clubes, la antena parabólica. Todos ellos en creciente expansión, sobre todo frente al impacto que les significará la desincorporación de los medios el próximo mes de julio.

¿Sabe usted que 90 por ciento de las utilidades de una librería se generará en dos meses? Son los días del arranque escolar. Con ello se financia el negocio el resto de los 10 meses, cuando apenas algunos se atreven a traspasar las fronteras de esos establecimientos.

La situación es tal que algunos libreros no tienen ningún empacho en solicitar el fin del libro de texto gratuito. Su implementación, argumentan, contribuye a la fuerte descapitalización en las librerías. Además es una práctica que desmotiva el hábito de adquirir libros. Por ello nadie va a las librerías.

¿Pero y los pobres? ¿Los que no pueden adquirir los libros para estudiar?

Cierto, entonces que haya posibilidades para que los libreros distribuyan los libros de la SEP. Al menos así se logra-

rían crear flujos en las librerías y fomentaría gradualmente la lectura.

A la fecha además de Sanborns y Cifra, que ya compiten codo con codo en toda la República, de las grandes cadenas de librerías que hay en el país, están las Librerías de Cristal que pertenecieron al hispano Rafael Giménez Siles, quien las fundó en 1940 y las cuales a su retiro fueron rescatadas por un grupo de 15 compañías editoriales, entre ellas Limusa, Trillas, Diana, Fernández Editores. Es probable que a esta empresa no le vaya tan mal, pero su rentabilidad tampoco debe ser cosa del otro mundo.

Tampoco se puede dejar de mencionar la librería Parroquial que dirige Basilio Nuñez, de las más exitosas; Gandhi situada al sur de la ciudad de México y que pertenece a Mauricio Achar. Humberto Musacchio en su libro *Hojas del Tiempo* se refiere a ella como innovadora y revolucionaria en el comercio "de papeles impresos". También están las Librerías del Sótano de los hermanos López Gallo, las de Porrúa Hermanos, en el centro de José Antonio Porrúa, las librerías de la UNAM, en picada como toda nuestra máxima casa de estudios, y en el interior de la República, una que otra.

Por ejemplo en Monterrey habría que citar las Librerías Castillo propiedad de Alfonso Castillo, Gonvill de Jorge González Villalobos en Guadalajara y en Mérida las librerías del cubano Rolando Armesto. De ahí en fuera, párele. ¿Llegará el día en que podamos entrar a espaciosas librerías similares a las de Nueva York, París o Madrid? Parece muy lejano, sobre todo máxime cuando muy poco se ha hecho en este sexenio por la cultura.

Así que, mejor resignémonos.

JUEVES 27 DE MAYO DE 1993

SI EL HABITO de la lectura no está tan arraigado en nuestro país, difícilmente puede pensarse en una industria del libro pujante. Lo descrito ayer para las librerías es parte de un todo y como es lógico también afecta a las empresas hacedoras de los libros, pero a diferencia de los establecimientos de

venta, no existe una muerte súbita; su agonía es más bien lenta.

Esta empresa en contraposición a lo que sucede en otras latitudes, por ejemplo Nueva York, está dominada por familias católicas. Es probable que esto se deba a que en sus orígenes fueron precisamente hispanos, ya que eran españoles los que la impulsaron. Incluso en épocas más recientes, a partir de los cuarenta y cincuenta, no era extraño que inmigrantes de España se encargaran de la actividad, contribuyendo de manera importante al fomento de la cultura del país.

La industria en sus estructuras sigue siendo netamente familiar. Con excepción de honrosas editoriales, las demás son manejadas por la segunda generación. Evidentemente no existe mucho interés en el fomento de nuevas estrategias de penetración. Cuando mucho *posters* de algunos *best sellers*, publicidad impresa en algunos diarios y revistas, presentaciones con el apoyo de los grupos intelectuales y no hay más.

A diferencia de lo que sucede por ejemplo con la industria del disco, donde su mercado se ha ensanchado y en consecuencia las empresas han tendido a una mayor institucionalización, en lo que se refiere a una de las industrias base de la cultura, la promoción está en estricto apego a los bajos tirajes y al raquítico mercado nacional. Son pocos los que trabajan textos de coyuntura ligados a acontecimientos que impactan a la sociedad por ejemplo, y son una excepción aquellos que hurgan en las universidades para encontrar nuevas alternativas y descubrir talentos.

Por lo demás los costos del papel pesan como una lápida. Hasta ahora la industria papelera mexicana poco a contribuido con estas empresas. Por el contrario al ser muy bajo el consumo, por lo reducido de los lectores, este insumo se ha ido por los cielos. Con decirle que 60 por ciento del costo de un libro está representado por el papel.

Esta industria sin embargo, ya ha comenzado a beneficiarse con la apertura vía la importación del insumo básico. Se espera que el TLC dé otro empujón en ese sentido, pero también claro que hay temores para que editores de los Estados Unidos y Canadá puedan sentir tentación de abrir nuevos mercados aquí en México. Sería más que sencillo para ellos, sobre todo por el tamaño de las

industrias que mueven.

¿Quiénes son algunos de los editores más representativos en nuestro país? A todos indudablemente los conocemos. Uno de los más afamados es José Antonio Portúa de Portúa Hermanos. Habían empezado por los cuarenta fundamentalmente a través de libros de texto y reeditando obras clásicas. Y que me dice de Jús o bien del Fondo de Cultura Económica fundado por Daniel Costo Villegas o González Porto Editores, precisam ante de José González Porto.

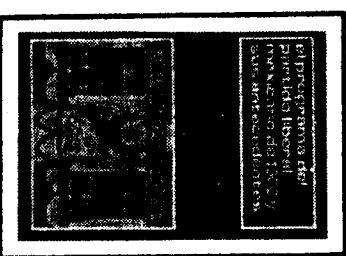
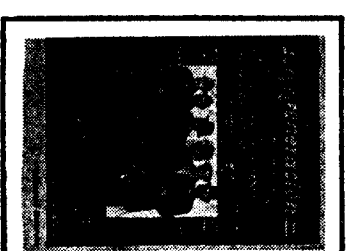
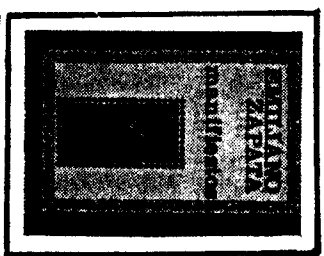
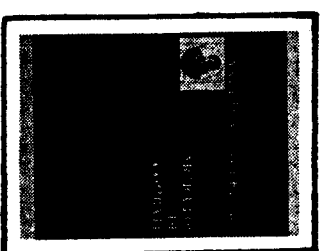
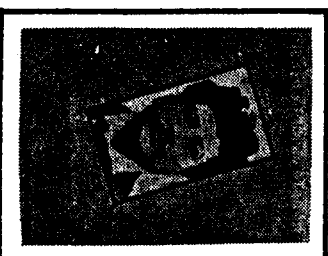
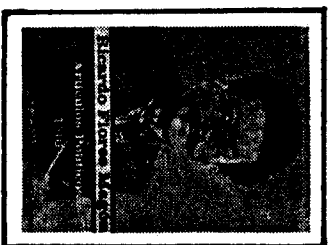
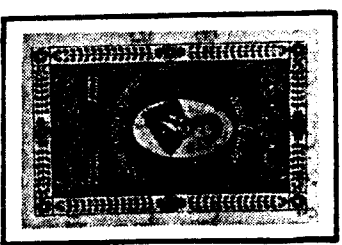
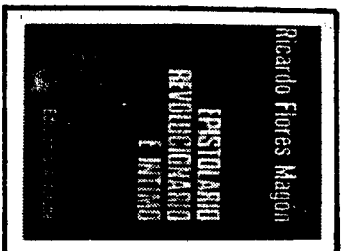
Esas editoriales coexistieron por años con literatura que era importada de otras latitudes, por ejemplo de España y inclusive de Argentina y Chile. Páidos, Amorrortu. Luego se incorporaría otras firmas transnacionales como McGraw Hill especializada en textos del área matemática, Plaza Janes que dirige el polémico Fernando Yaldéz o Planeta que dirige Homero Gayosso Anímas.

Pero no se crea que son pocas las compañías editoriales. A pesar de que el mercado es relativamente pequeño, éste se encuentra además muy pulverizado. Obligado mencionar a Trillas de Francisco Trillas Mercader; Linusa de Miguel Noriega; Diana fundada en 1944 por José Luis Ramírez; Grijalvo de Juan Grijalvo y otras como Roca, EMU, Pax Editorial Patria, Cesa, Océano.

También están como caso aparte Fernández Editores dirigida por Luis Fernández Elizondo una de las empresas que más ha logrado crecer orientada en libros de texto, pero también en lo que es la línea infantil. Inclusive tiene sus propios talleres en Ixtahuacan, estado de México.

Y del otro lado editoriales como Siglo XXI de Arnaldo Orfila que se dio a conocer con *Los Hijos de Sánchez* con el consiguiente escándalo. Esta editorial debe estar se planteando toda un cambio en su estrategia. La caída del comunismo como régimen social vino a cambiar una serie de textos que fueron parte de muchos universitarios de los setenta y ochenta. Esta editorial publicó mucho autores de esa línea, como también Caballito, Era, de Vicente Rojo y José Azorín, Grijalvo y el mismo Joaquín Mortiz. Estas últimas sin embargo podrían refugiarse en otra línea. ERA por ejemplo con Carlos Fuentes, Grijalvo con Luis Spota, Mortiz con Gustavo Salas, José Agustín o bien Salvador Elizondo.

Este es un círculo muy cerrado. Todos los editores se conocen. Sabe cada uno de que pte copia el otro. El cuadro se completaría con las editoriales que viven del "cambasso" como se denomina en el medio la venta en abonos, como por ejemplo Editorial Aguilar o bien, Enciclopedia Británica. También con algunas editoriales jóvenes que vienen empujando y que seguramente propiciarán un cambio de actitud en la industria como por ejemplo Hoja Casa Editorial que dirige Consuelo Salazar.



Promocultura, S. A.

Edición y Distribución de Libros, Revistas y Periódicos

5 DE FEBRERO 109 TEL:44-92-49 LEON, GTO.