



Isonomía. Revista de Teoría y Filosofía
del Derecho

ISSN: 1405-0218

editorial.isonomia@gmail.com

Instituto Tecnológico Autónomo de
México
México

Bolaños, Bernardo

LEER AUMENTA SU VOCABULARIO, DOCTOR. LA LEY DEL PRECIO ÚNICO DE LOS LIBROS

Isonomía. Revista de Teoría y Filosofía del Derecho, núm. 26, abril, 2007, pp. 221-229

Instituto Tecnológico Autónomo de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363635632006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LEER AUMENTA SU VOCABULARIO, DOCTOR.

LA LEY DEL PRECIO ÚNICO DE LOS LIBROS

Bernardo Bolaños*

Una iniciativa de *Ley de fomento a la lectura y el libro* fue aprobada en el primer semestre del 2006 por el Senado y la Cámara de Diputados mexicanos. En vez de ser publicada, el primero de septiembre de ese año el Presidente de la República, Vicente Fox, la regresó al Congreso, con comentarios. La ley había sido impulsada por editores, libreros, escritores y por las autoridades culturales y educativas del gobierno federal. El proyecto pretendía incentivar la creación masiva de librerías pequeñas y medianas en todo el territorio nacional a través, principalmente, de una medida: la estandarización de precios de un mismo libro en todas las librerías, estandarización que eliminase el poder de los grandes grupos de libreros y distribuidores de controlar el mercado a través de agresivas políticas de descuentos. Lejos de ser una ocurrencia local, sistemas de precios únicos del libro están vigentes en Japón, Alemania, Austria, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Noruega, Suiza y Portugal. Implementar dicho sistema en México tenía como propósito enfrentar una crisis mayúscula en la industria editorial y fomentar la lectura. Según el *Atlas de infraestructura cultural de México*,¹ el país cuenta solamente con 1,100 librerías, el 94% de los municipios mexicanos no tiene siquiera una y el 40% de las existentes se concentran en la Ciudad de México.

De ser aprobada, la ley prohibiría los descuentos en los precios de los libros, excepto en tres casos: (1) tratándose de compras del Estado, de bibliotecas o de establecimientos de enseñanza o de investigación; (2) cuando se tratare de libros editados o importados con tres años de anterioridad, así como (3) en el caso de libros antiguos, usados,

* Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Cuajimalpa.

¹ Editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), México, D.F., 2003.

descatalogados, agotados o artesanales (artículo 22 de la iniciativa de ley). Fuera de esos casos, los vendedores de libros al menudeo aplicarían el precio único de venta sin variación alguna.

Ahora bien, de acuerdo con el Ejecutivo Federal, quien vetó en los hechos la ley al negarse a publicarla, de haberse promulgado el ordenamiento éste hubiese instaurado prácticas monopólicas, debido a la fijación de precios de venta al público por parte de particulares. A continuación, analizaremos este argumento. En este artículo, dejaremos de lado el análisis de otras objeciones contra la ley del precio único del libro, en particular las de quienes están de acuerdo en la intervención estatal para fomentar la “cadena del libro” pero que han rechazado la ley por considerar que es una medida insuficiente y optan por otras técnicas de fomento a la industria editorial como son los subsidios directos, las exenciones fiscales y las franquicias postales a la distribución de libros.² En otros países, estas medidas coexisten con la fijación del precio único, de modo que la aprobación de cada una de ellas no representa un contra-argumento; en cambio, el rechazo del actual gobierno federal mexicano a todas esas medidas de estímulo y protección de la industria editorial es tanto o más virulento que su rechazo al sistema de precio único. Por lo tanto, superar las presuntas insuficiencias de la ley del precio único gracias a otras normas legales de fomento a la lectura y el libro es una posibilidad remota.³

Aunque dejaremos de lado los argumentos específicamente de dogmática jurídica que han sido invocados durante el debate, para concentrarnos en una discusión de teoría y filosofía del derecho, en relación con el derecho positivo mexicano baste decir que en nuestra opinión no existe ningún impedimento constitucional a la promulgación de la ley del precio único del libro. La Constitución Mexicana en su artículo 28 prohíbe los monopolios, las prácticas monopólicas y las prohibiciones a título de protección a la industria, pero reconoce como excepción los derechos de autor. Además, en el artículo 9 de la ley reglamentaria de aquel precepto (la *Ley Federal de Competencia*) se llama “prácticas

² Miguel Ángel, Porrúa, “Algunas apreciaciones en torno a la iniciativa para la Ley de fomento para el libro y la lectura (El precio único)”, *A pie. Crónicas de la Ciudad de México*, año 4, número 12, junio/agosto 2006, p. 107.

³ “Después se buscarán beneficios fiscales para esa industria, dijo senador priista”, periódico *La Jornada*, 27 de abril de 2005.

monopólicas absolutas” a los arreglos entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea fijar el precio de venta o compra de bienes o servicios que son ofrecidos o demandados en los mercados; así, la ley define claramente como prácticas monopólicas absolutas los acuerdos privados entre comerciantes competidores y no las decisiones legislativas que instauran modalidades para los precios de venta (como lo es el precio único fijado por los editores o importadores de libros). Sería sumamente extraño y preocupante que las atribuciones legislativas que sí tienen los parlamentos de los países donde existen leyes de precio único, no las tuviesen los legisladores mexicanos. En todo caso, correspondería a la Suprema Corte de Justicia y no al Ejecutivo Federal a través de un veto de hecho decidir acerca de la constitucionalidad de la ley.

Una iniciativa interesada

Una de las preguntas que han sugerido los opositores al proyecto de ley es: ¿Alguien es tan ingenuo como para creer que la ley pudo haber sido promovida *desinteresadamente* por autores, editores y libreros? En efecto, la Comisión Federal de Competencia (COFECO) ha señalado que...

con el establecimiento de un precio único, los editores e importadores tendrían incentivos para garantizar sus márgenes de ganancia y establecer precios altos en perjuicio de otros participantes de la cadena productiva y de los consumidores finales. En otras palabras, el precio único tiene como objeto proteger algunos agentes de la cadena productiva, pero a costa de suprimir los beneficios que los consumidores obtienen del proceso de competencia y libre concurrencia: menores precios, mayor calidad, y mayor disponibilidad y variedad de productos.⁴

Ahora bien, si el primer objetivo de una actividad comercial es por definición un afán de lucro, por lo tanto, constatar que el proyecto de ley de precio único busca garantizar utilidades a los editores no es por

⁴ *El Universal*, 15 de noviembre del 2005. El texto completo del oficio PRES-10-096-2005-104 de la CFR puede leerse en la página electrónica de la institución: <http://www.cfc.gob.mx>.

sí solo un argumento válido. Máxime cuando la propia COFECO ha reconocido que la industria editorial mexicana se encuentra en crisis (y, a la luz de la cifras disponibles, no podría no haberlo reconocido).⁵ Un argumento válido sería, en caso de estar fundado, la supuesta afectación a “otros participantes de la cadena productiva” y a “los consumidores finales”, pero no la existencia de intereses comerciales en la mente de editores e importadores. Curiosamente, otros dos participantes de dicha cadena como lo son librereros y autores son en su enorme mayoría entusiastas promotores de la ley.

Queda preguntarse por los intereses del público lector. Si el proyecto de ley lograra fomentar la lectura y el libro, ambos logros no serían una afectación sino un beneficio para los lectores. La opinión según la cual la iniciativa contribuye efectivamente a salvar a una parte de la industria editorial de la quiebra es apoyado involuntariamente por los economistas gubernamentales que reconocen que el precio único garantizaría mayores ganancias para editores e importadores (así lo afirma la COFECO explícitamente, aunque de manera crítica).

Es curioso que quienes aducen que la iniciativa de ley está inspirada en el *interés* espurio de sus promotores son los mismos economistas de inspiración neo-clásica que creen, como decía Keynes, la extraña idea de que las conductas más mezquinas de los individuos más mezquinos pueden producir, al momento de ser agregadas, el máximo bienestar de todos y cada uno.⁶ ¿En ese caso, por qué preocuparse de las intenciones supuestamente mezquinas de los editores e importadores? En el caso del proyecto del precio único, como en otros casos, la presencia de intereses no es un argumento válido para suponer que promulgar la ley va a perjudicar a los lectores y a la lectura. Economistas neo-clásicos coherentes, como el Premio Nóbel Milton Friedman, concentraban sus críticas no en la supuesta avaricia de los empresarios que promovían leyes de control de precios e iniciativas de promoción del bienestar social (como la iniciativa de ley de fomento a la lectura y el libro), sino en los

⁵ “Coincidimos con el diagnóstico de los legisladores y de la Cámara de la Industria Editorial en que hay un problema muy serio con la lectura en México”. Declaración de Ángel López Hoher, coordinador de asesores de la CFC. Canal 11, Noticias con Gabriela Calzada, 07:13 hrs. Consultable en: <http://www.cfc.gob.mx>.

⁶ “Capitalism is the astounding belief that the most wickedest of men will do the most wickedest of things for the greatest good of everyone”. Citado por Charles Handy en “What’s a Business For”, en *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Boston, 2003, p. 68.

supuestos efectos contraproducentes de las mismas: “La miopía también se ejemplifica en el discurso de ciertos hombres de negocios acerca de la responsabilidad social [...] Aquí, como ocurre con la fijación de precios y de salarios, los hombres de negocios actúan de modo suicida”.⁷

¿Una iniciativa que fomenta la lectura?

Las preguntas pertinentes parecen ser, entonces, si la iniciativa de ley fomenta realmente la lectura o no, si perjudica o no a los consumidores y, por qué no, si beneficia a la industria editorial, como parece reconocerlo a veces la COFECO, o si es contraproducente, como pensaría un economista neoclásico coherente. En particular, debemos preguntarnos ¿cómo una ley puede pretender fomentar la lectura prohibiendo descuentos en librerías? En un mercado editorial eficiente, el vendedor fija el precio de los libros no solamente en virtud de la demanda sino de la presión que ejercen sus competidores. Cuando una ley prohíbe ofrecer descuentos bajo ciertas circunstancias, los beneficios de la competencia se verán anulados por decreto y el vendedor solamente tomará en cuenta que el precio fijado sea el más alto posible pero sin llegar a inhibir al comprador. Es por ello que, en la teoría económica, la situación de libre competencia se alcanza cuando, junto con la libre circulación de información y la movilidad de compradores y vendedores, ningún agente económico puede fijar unilateralmente precios. Sin embargo, en el caso del mercado editorial mexicano las otras dos condiciones necesarias de la libre competencia han quedado prácticamente suprimidas (por diversas razones, entre las que han sido señaladas: el voluntarismo editorial del Estado Mexicano, el centralismo económico y cultural en la Ciudad de México, la política de sustitución de importaciones que subsidió a la industria del papel en perjuicio de la exportación de libros mexicanos, los subsidios a las editoriales españolas por parte del Estado Español, entre otras).⁸ No existe en México, por ejemplo, una mo-

⁷ Se trata del célebre artículo de Friedman titulado “La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus ganancias”, publicado en *The New York Times Magazine* el 13 de septiembre de 1970.

⁸ De acuerdo con José María Espinasa, coordinador de producción editorial de *El Colegio de México*, “La crisis de la industria editorial mexicana comenzó en los 70, cuando la guerra de descuentos entre las grandes librerías sacó a las pequeñas casas editoriales del mercado”. Reportaje de Alberto Arriaga, “El pago por leer”, en *Expansión*, 7 de septiembre de 2006, p. B202.

vilidad equitativa de los compradores de libros hacia donde les dicte su conveniencia, pues, como hemos visto, la enorme mayoría de las librerías del país se encuentran concentradas en el sur del Distrito Federal y existe un déficit de puntos de venta en el resto del país. Cuando la COFECO pretende actuar en beneficio del lector-consumidor, defiende a ese lector-consumidor que compra sobretodo en el sur de la Ciudad de México y que la propia COFECO reconoce como una *Rara Avis*. En cambio, los lectores-consumidores potenciales que se verían beneficiados con la promulgación de la ley son afectados cuando la iniciativa es rechazada. No se justifica sacrificar a un gran número de personas que hoy no tienen acceso a librerías en nombre de algunos consumidores actuales, incluso si se aduce que los segundos no son individuos hipotéticos sino reales que gozan ya de beneficios (porque, de aplicarse ese argumento, el derecho ambiental, por ejemplo, tendría que sacrificar los derechos de las futuras generaciones para favorecer exclusivamente a las personas concretas y reales existentes hoy día). La COFECO defiende los derechos de los lectores en un mercado editorial raquítico, en vez de contribuir a superar la crisis de la cadena del libro y generar más lectores. Ahora bien, es claro que si se creasen las condiciones para aumentar el número de lectores en México, éstos no serían consumidores contra su voluntad sino que estarían satisfaciendo preferencias que hoy no pueden ni siquiera revelar. ¿Por qué no defender hoy los derechos de quienes no pueden ser lectores pero querrán serlo? ¿No consiste en eso una política de fomento a la lectura: la creación de nuevos lectores?

Por otro lado, los intereses de los consumidores, incluidos aquéllos que tienen acceso a las escasas librerías existentes, no pueden concebirse solamente como derechos económicos. La reducción del precio de los libros no es el único objetivo de un lector, quien también tiene interés en la diversidad editorial. Hoy, la crisis de la industria editorial mexicana se traduce no solamente en la quiebra de librerías, sino en la de casas editoriales y en la falta de publicación y de distribución de trabajos literarios y científicos de calidad. ¿México debe conservar los descuentos de títulos en unas cuantas librerías de las grandes ciudades antes que estimular la producción intelectual en todo el país? Nada es menos seguro. Como se reconoce desde todas las trincheras, no hay resultados alentadores en las cifras de la lectura en México, a pesar de los puñados de títulos rebajados provenientes de saldos de España o de

grandes tirajes que se encuentran disponibles en supermercados y grandes librerías. En conclusión, los precios bajos de los libros no son más importantes que los contenidos editoriales pertinentes.

Economistas, editores e historiadores: Hablar sin comprenderse

El debate mexicano sobre la ley del precio único ha sido avivado por la mutua incompreensión. Cuando los economistas se refieren a la protección de la *libre competencia* como un postulado fundamental de la teoría económica, los involucrados en la industria editorial piensan en las *guerras de descuentos* que han producido la muerte concreta y rápida de miles de librerías. Cuando los primeros se refieren al *mercado editorial*, los segundos prefieren hablar de la *cadena del libro*. En dicha disputa por los términos, los historiadores de la lectura darían la razón a los segundos. No ha sido gracias a la competencia libre entre libreros como Occidente consolidó la práctica de la lectura, sino construyendo espacios *públicos* editoriales, arenas de discusión centrada en el análisis de toda suerte de textos puestos a disposición del público. Las bibliotecas han sido espacios colectivos donde se practicó, desde la edad media, la lectura silenciosa y a éstas siguieron los salones de las aristocracias europeas donde, además, se discutían los textos. La creación de espacios públicos literarios fue tan importante que el historiador Roger Chartier afirma la preeminencia de la historia cultural sobre la historia política: el espacio público literario en Inglaterra y Francia fue anterior al espacio público político.⁹ Las sucesivas revoluciones de la lectura fueron anteriores a las revoluciones burguesas que nos heredaron la democracia constitucional tal y como la conocemos actualmente. Y si la consolidación de espacios públicos literarios a nivel nacional hicieron posible la opinión pública y precedieron a los modernos estados constitucionales, también fueron anteriores a la sociedad industrial. El libre mercado de las ideas que se consolidó progresivamente gracias a movimientos culturales como el Renacimiento, la Reforma y

⁹ Cue, Alberto (ed.), *Cultura escrita, literatura e historia. Coacciones transgredidas y libertades restringidas. Conversaciones de Roger Chartier con Carlos Aguirre Anaya, Jesús Anaya Rosique, Daniel Goldin y Antonio Saborit*, México, FCE, 1999, p. 96.

la Ilustración dependía de la vigencia *efectiva* de la libertad de expresión escrita, antes que del respeto al dogma económico del *Laissez faire, laissez passer*. Pero ni siquiera es necesario remontar tanto tiempo en la historia, los padres fundadores de la economía neoclásica en el siglo XIX sabían que el libro y la lectura desafiaban las visiones simplistas y esquemáticas acerca de la utilidad.¹⁰

Si el debate sobre la ley de fomento a la lectura y el libro hubiese alcanzado un mayor grado de comprensión recíproca entre economistas gubernamentales e industria editorial, comprensión quizá fundada en la humildad intelectual de ambos, propuestas como el nuevo sistema español que no aplica el sistema de precio único a los manuales escolares pero sí al resto de los libros nuevos hubiese podido servir de compromiso. Así, la preocupación por conservar los descuentos para los padres de familia que pudiesen beneficiarse de ellos hubiese coexistido con el fomento de la diversidad editorial en materia literaria, científica, periodística, política, etcétera. Al mismo tiempo, ese hubiese sido el primer paso hacia la implementación del sistema de precio único del libro en México. Desgraciadamente, análisis profundos de los promotores de la iniciativa (entre los que destacan múltiples artículos de Gabriel Zaid)¹¹ quedaron en buena medida sin respuesta ante la escueta y dogmática negativa de los economistas gubernamentales mexicanos.

Una importante cadena de librerías empleó hace algunos meses como estrategia de mercadotecnia el eslogan: “Leer, güey, aumenta, güey, tu vocabulario, güey”. Pero el consejo no es válido exclusivamente para los adolescentes cuya habla está marcada por la repetición de la palabra “güey” (mexicanismo que significa “persona tonta” según el *Diccionario de la Real Academia Española*). Describir el mundo solamente en términos de “agentes económicos”, “consumidores”, “precios

¹⁰ Cf. Jevons, William Stanley (1881), “The Rationale of Free Public Libraries”, *Contemporary Review*, 39, marzo; reimpresión en William Stanley Jevons (1883), *Methods of Social Reform and Other Papers*, Augustus M. Kelley, Nueva York, 1965, pp. 28-52. Jevons es, a partir de la publicación de su *Teoría de Economía Política* de 1871, uno de los tres padres fundadores (junto con Carl Menger y Leon Walras) de la teoría de la utilidad marginal que da lugar a la llamada revolución neoclásica en economía.

¹¹ Los artículos de Gabriel Zaid publicados a partir de 2005 en *Letras Libres*, entre otras publicaciones, así como otros artículos pueden consultarse en: <http://www.leydellibro.org.mx/opiniones.shtml>

óptimos” y “competencia” deja ver una pobreza de lenguaje que impide describir buena parte de la realidad. Para algunos economistas, también, leer más y de manera más diversificada sería una excelente estrategia para aumentar su vocabulario.

Recepción: 20/10/2006

Aceptación: 1/12/2006