

## Un México sin librerías

Responder que México no tiene librerías porque es un país en el “nadie lee”, es una respuesta demasiado superficial e inexacta. Es, en realidad, una salida fácil para un problema complejo. Porque demos partir de una realidad tremenda, la del número efectivo de librerías en el país, que no son, ni con mucho, las famosas quinientas que anteriormente se daban como cifra aproximada de librerías en México. Y no confundamos lo que es una librería con un punto de venta de libros. Hay librerías con cafetería, pero también hay muchas cafeterías con libros, que no pueden llamarse precisamente librerías.

Veamos el caso con mayor detenimiento: ¿cuál es un establecimiento que puede considerarse verdaderamente una librería? A mi juicio, ateniéndome a una regla famosa, es aquella que tiene ingresos al menos en un 80% provenientes de sus ventas de libros. De esta forma, una negociación que tiene ingresos por venta de libros, entre las de diversas mercancías o servicios, y que no son la fuente principal de su existencia, puede llamarse a sí misma como desee, pero no puede ser librería si en un momento puede prescindir de la venta de libros para su subsistencia.

Es preciso no confundirse y contar peras con manzanas. Cuando se dijo que en México había alrededor de quinientas librerías, mientras que en Barcelona había muchas más que las de ese número, no se pudo distinguir con claridad entre librerías y puntos de venta. En nuestro país hay mucho más puntos de venta que los famosos quinientos, pueden contarse entre tres y cuatro mil de ellos, pero librerías como tal, era verdad en ese momento que no sobrepasaban las quinientas. La ciudad de Barcelona puede tener muchos más puntos de venta, pero es una exageración afirmar que hay más de quinientas librerías. Entonces se confundieron peras con manzanas, lo que tampoco quiere decir que nuestra situación era de lo mejor en cuanto número de librerías, pues hace cinco años carecíamos de ellas y ahora estamos en situación todavía peor ya que, hoy por hoy, ni siquiera podemos afirmar que tenemos quinientas librerías a todo lo largo y ancho de nuestro país. Y no debemos olvidar que México tiene más de cien millones de habitantes, por lo que ni quinientas ni mil librerías serían suficientes en un estricto sentido, pues en un razonamiento aritmético simplista, tendríamos que cada una de ellas debería atender un número de clientes de un millón de personas, lo que parecería un negocio redondo. Quienes estamos en el negocio sabemos que

no es así. No tenemos un millón de clientes, ni siquiera un número que se le aproxime al cinco por ciento, en el caso de las más acreditadas. En todo caso, esto supondría que tenemos, según la mercadotecnia, un enorme segmento de mercado que no está suficientemente atendido, que debería de ser apetitoso para todo aquél que desee iniciar un negocio rentable. La realidad es exactamente al contrario. Cada día se cierran más librerías de las que se abren. Es por eso que el número de quinientos ya es demasiado grande para considerar actualmente a las librerías.

No podemos dejar de preguntarnos qué es lo que sucede, pues así como en la educación México es un país apetecible para la industria editorial orientada a los textos escolares, con varios millones de alumnos en acto y en potencia, al menos en número de hispanohablantes somos la nación más grande del mundo. Vuelvo a insistir en que la idea de que no hay lectores en nuestro país es una respuesta parcial e insatisfactoria. Más todavía si volvemos atrás y vemos cómo históricamente México se convirtió en el centro editorial hispano, cuando razones políticas orillaron a muchas casas editoriales de España a instalarse aquí como fórmula para no romper su continuidad. Cuáles son, entonces, las causas que no han permitido hacer crecer el negocio librero en México y nos mantenemos con un número sumamente limitado de librerías y un amplio, pero de muy limitado servicio, número de puntos de venta, de los llamados “alternativos”. Las enumero y luego paso a comentar cada una de ellas.

- 1.- Las librerías, salvo honrosas excepciones, no son hoy un negocio rentable que atraiga inversionistas.
- 2.- El crecimiento explosivo de la industria editorial, paradójicamente, ha hecho de las librerías un negocio complejo y más reducido.
- 3.- Más allá de leer o no leer, el libro es una mercancía poco acreditada en cuanto a su valor de venta. Muchos piensan que los libros deberían ser gratis.
- 4.- En la comercialización de libros, no hay igualdad de condiciones, lo que genera un ambiente caótico que solo viene a perjudicar al libro y sus lectores.
- 5.- Un mercado informal que compite en forma desleal, no solo en gastos e impuestos, sino por los robos por encargo que genera.

6.- Una desbordante producción pirata que amenaza tanto al comercio establecido del libro como a sus autores y editores.

\*\*\*

**1.- Las librerías, salvo honrosas excepciones, no son hoy un negocio rentable que atraiga inversionistas.** Pocas librerías existen en todo México que puedan llamarse éxitos notables, sin embargo, el monto de inversión para levantar una librería de dimensiones aceptables es muy respetable, sin que por ello se garantice certeza en la operación. Más allá de un buen montaje, las librerías necesitan público, y éste se consigue demasiado poco a poco. Tanto que el llamado retorno original de la inversión se prolonga a un tiempo excesivo, cuando es que se consigue realmente ese retorno. Aparentemente el margen de utilidad que un librero consigue es amplio, entre el 35 y el 50% sobre el precio de venta al público, lo que es superior a la media de ganancias en otras mercancías. Sin embargo, como lo veremos más adelante, este margen de ganancia es absolutamente irreal, pervertido por los descuentos al público que obligan a cerrar la banda de utilidad bruta hasta en 15 y 25%. Aparentemente, por efecto de las consignaciones, no hay un costo financiero para el librero, pues puede llenar su local con libros propiedad de las editoriales. Esto es real en cuanto a forma de operación, pero no necesariamente en cuanto a los beneficios que puedan derivarse para el librero. Es más frecuente de lo que nos imaginamos, que el corte del depósito no corresponda únicamente a lo vendido (y lo robado), sino que la falta de organización y el interés propio del representante de ventas, hacen que estos cortes incluyan mercancía que todavía no se ha vendido, generando con ello un inventario propio que no es necesariamente de la mercancía más vendida. La antigüedad de una librería puede medirse en el tamaño de sus inventarios propios, más allá que de los años transcurridos. Estos excedentes de compras, que se derivan de una consignación que teóricamente no debe generar tales inventarios, se van comiendo la utilidad bruta y, por lo tanto, el capital de trabajo de la empresa. Este factor es de amplia repercusión en el plazo de retorno original de la inversión. Podemos hablar de años de trabajo que se concentran en un inventario obsoleto que puede ser el principio del fin de unas finanzas sanas.

Es por esto que, cuando se hace una evaluación seria antes de montar una librería, lo más probable es que el inversionista piense en otras opciones

antes que embarcarse en una empresa de dudosa rentabilidad. No creo equivocarme cuando afirmo que la mayoría de los libreros, y lo digo justo enfrente de muchos de ellos, han iniciado su negocio con un interés mayor que el de ganar dinero. Han adquirido un compromiso con el libro, tal vez por razones familiares o simplemente por amor a los libros. Sin embargo, un inversionista común seguramente no encontrará suficiente con esta recompensa.

Es evidente que ningún negocio ofrece garantías o seguridades previas al inversionista. Siempre presenta un conjunto de barreras de entrada que deben sortearse. Pero también es cierto que el cúmulo de obstáculos que presenta el negocio librero es mucho mayor que el de la media en negocios de pequeña y mediana envergadura.

Tampoco se puede aceptar que sea el Estado, el gobierno benefactor, el Ogro Filantrópico, quien nos venga a resolver del todo este problema tan serio de falta de librerías en nuestro país. Con todo el respeto que se merece Educal, entidad que sabemos que hace un papel digno, pero no suficiente, creo que la salida tiene que darse por medio de la iniciativa privada, simplemente porque el modelo socio económico de nuestro país así se lo ha planteado. Se acabaron los tiempos del presupuesto a manos llenas y de soluciones que atiendan parcialmente los problemas. Es tiempo de que las empresas crezcan resolviendo necesidades de la población y con finanzas sanas. Las librerías no tienen por qué ser la excepción. Es indispensable que las condiciones bajo las que operan se adapten a una economía de mercado agresivo y global. En esta adaptación deben participar todos los agentes que intervienen en la cadena producción-distribución-consumo del libro, y preponderantemente el gremio librero organizado.

**2.- El crecimiento explosivo de la industria editorial, paradójicamente, ha hecho de las librerías un negocio complejo y más reducido.** Por más extraño que parezca, cuando algunos audaces vaticinaban la próxima muerte del libro con la aparición de la Internet, o quizá de su transformación en un soporte totalmente distinto y por medios electrónicos, hoy como nunca el mundo está produciendo libros en papel. Hablamos de millones de títulos nuevos cada año, en todos los idiomas, por supuesto. En español las cifras son extraordinarias. De España, México, Argentina, Colombia y hasta de los mismos Estados Unidos recibimos novedades en una cantidad ingente. No sabemos con precisión cuántos títulos ingresan a México cada año, pero es

seguro que, en todas las materias, rebasan la cifra de cincuenta mil. Estos libros no caben en las pocas librerías existentes, la oferta de títulos está desbordando a la capacidad de exhibición del canal natural para las ventas de libros. Obliga a que los espacios sean más rentables en una lucha feroz de estas novedades por cambiar de categoría a libro de fondo (también llamado ahora long-seller) y así conservarse dentro de la exhibición por un tiempo más largo. En otras palabras, vivimos un mundo donde las novedades tienen prioridad. Es necesario ser más dinámico para captar la esencia de nuestra librería y exhibir justo lo que el público necesita, no reproducirle el bombardeo que como libreros recibimos de los editores y distribuidores. Debemos aceptar el hecho de que por ahora ninguna librería puede tenerlo todo y transmitirlo al lector de una forma ordenada y no violenta (negando simplemente los libros), tomando una orientación definida que nos permita la identificación con la clientela. Dicho en otras palabras, la cantidad tan grande de novedades obliga a las librerías a una especialización, o en su defecto, correr el riesgo de convertirse en una librería general que parezca desabastecida.

Es muy significativo que esta realidad, generada precisamente por los editores, no tenga un eco dentro del gremio editorial traducido en una preocupación real por fortalecer al canal principal de venta de libros. De manera forzada, quizá obligada por la necesidad, ha optado por fortalecer a los canales alternativos como una salida que ciertamente no encuentra para las novedades dentro de librerías. Un mundo ideal sería el de una cantidad suficiente de librerías, visitadas por el público lector, que pudiera contener esta avalancha de libros ya ordenados y clasificados por especialidad. Aquél donde el lector sabrá, sin mucho esfuerzo, dónde buscar el libro que necesita, con la certeza de que habrá de encontrarlo. Es muy probable que el costo que hoy están pagando las editoriales por mantenerse en los canales alternativos, pudiera dar la fortaleza que necesitan las librerías para desarrollarse y ofrecer una opción de negocio atractivo para las mismas editoriales.

Mientras este mundo ideal no exista, seguiremos enfrentando la frustrante situación del lector que no encuentra el libro que busca, o que antes tiene que padecer un largo y difícil camino para encontrarlo. De libreros que reciben público que sale con las manos vacías de sus establecimientos, y con la triste sensación de que es una librería mal surtida. De editores que sufren la baja de ventas a pesar de que saben que hay un público interesado en sus libros, pero al que no puede llegar por la deficiencia en la distribución que

solo parece superar el libro que se convierte en best seller. La respuesta es la especialización más que la diversificación, pues si para llegar a un público de mil lectores el editor necesita hacer un tiro de cinco mil, entonces nos encontramos con el cazador que mata moscas a cañonazos. También podríamos aspirar a autores un poco más satisfechos, que dejen de sentir que sus libros no se encuentran en ningún lado.

Las librerías tienen que romper el círculo vicioso de “no invierto porque no vendo, y no vendo porque no invierto”. En algún punto tiene que empezarse el trabajo de organización y clasificación, lo que se consigue solo con un esfuerzo de inversión en un sistema de cómputo. Este es por ahora una herramienta imprescindible para poder mantener un nivel de competencia en el mercado. Es verdad que sentimos nostalgia por el librero tradicional, el que nos podía ofrecer un comentario sobre las más recientes novedades y parecía que lo leía todo. Sin ningún problema, cuando le solicitábamos algún título, caminaba directo al estante donde éste se encontraba. Era capaz de conversar sobre temas literarios y técnicos, filosóficos y de manualidades. Por ahora estos libreros están en franca extinción. Y no creo que sea porque el ser humano haya evolucionado apenas en dos generaciones y el proceso de extinción sea por razones naturales. La causa es la creciente complejidad de la industria editorial. No hay quien pueda ser capaz de asimilar, aunque sea solo con la lectura de las cuartas de forros, trescientas o quinientas novedades al mes. Que pueda llevar en la mente el sitio preciso donde se acomodó un libro, cuando ahora el acomodo es un movimiento perpetuo, por la llegada de novedades, por los cortes y cambios de consignaciones. De esta forma, la única salida que hay para mantener un orden y una capacidad de servicio es apoyándose en la computadora. Un sistema que ubique, a partir del título, autor o tema, si el libro está en existencia y cuál es su lugar de acomodo. Con un sistema sencillo de clasificación, llevado a través de la computadora, los libreros podrían volver a dar ese servicio tan anhelado por los clientes que asisten a las librerías. Aunque es verdad que para desarrollarlo se necesita de inversión, pero el círculo vicioso tiene que romperse por algún lado, aspirando a convertirse en un círculo virtuoso.

**3.- Más allá de leer o no leer, el libro es una mercancía poco acreditada en cuanto a su valor de venta. Muchos piensan que los libros deberían ser gratis.** Tal vez llamar al libro mercancía pueda parecerle a algunos una falta de respeto, sin embargo, al ubicarse en un sistema de compras y ventas, de oferta y demanda, no deja de ser una mercancía. Por supuesto que no es

una mercancía cualquiera, pues el libro refleja el pensamiento de toda una cultura, tanto del entorno de quien lo escribe como el de quien lo lee. Es una mercancía a la que no pueden ponerse trabas para su libre circulación, pues eso significaría ponerle obstáculos a la libertad de pensamiento. Actualmente, en la gran mayoría de los países, y por lo pronto creo que en todos los países de habla hispana, no hay un impuesto por la importación o exportación de libros, ni aranceles que protejan a una industria nacional frente a la extranjera. Estamos pues, ante una mercancía *sui generis*, especial, distinta a las demás, pero finalmente ante una mercancía que también tiene su propio valor de cambio, su precio final al público. Nadie objeta que la ropa que llevamos puesta, o que el alimento diario tenga un valor y deba pagarse por ello. Todos lo damos por descontado, eso es así sin necesidad de ningún cuestionamiento. Pero no sucede lo mismo con los libros, pues algo nos dice, desde nuestro interior, que un libro nos lo tendrían que regalar, o por lo menos darnos un buen descuento. Queda claro que vestir y comer cuesta y que debemos esforzarnos para conseguir lo necesario y un poco más, pero parece que en México no tenemos claro que leer, actividad que desarrolla la parte esencial del ser humano, el pensamiento, también puede implicar un esfuerzo. Los libros también tienen un valor y hay que pagar por ellos.

¿A qué debemos esa tendencia tan marcada de pensar que los libros deben ser gratis? Tal vez, y lo digo solo como una hipótesis que podría darnos una respuesta ahora, tenga mucho que ver con el hecho de que nuestros primeros libros, los textos escolares, nos llegaron gratis. Crecimos con la idea de que alguien, y no necesariamente nuestros padres, nos los tenía que dar. Luego, como los libros de texto gratuitos no se venden, no hay necesidad de ir a las librerías, mucho menos si los textos que sí cuestan ya están incluidos en la colegiatura. Cuando por alguna razón (un intercambio de regalos para corresponder a alguien que no me cae bien, por ejemplo) nos vemos precisados a ir a una librería, nos encontramos con descuentos fabulosos del 30, 40, 50%, o vamos de compras al supermercado y nos encontramos con una oferta del 40% en el departamento de libros. Llegamos después a una librería pequeña, con libros que pueden interesarnos pero que tienen precios que nos parecen demasiado caros (así nomás, son caros sin pensar en relación a qué son caros) y encima de todo sin descuentos. Nos parece un robo, un verdadero asalto en despoblado (literal, las librerías no están, por regla general, abarrotadas ni tienen horas pico).

Estos factores, libros de texto gratuitos, libros editados por dependencias oficiales que no tienen circulación comercial y por lo tanto terminan siendo regalados, descuentos absurdos y carencia de hábito, son los que han ido desvirtuando el valor de los libros en las mentes de sus lectores y posibles compradores. Los libros no valen o deben tener descuentos fabulosos para que los compre, esa parece ser la divisa. Debo aclarar que no quiero decir con esto que desaparezca el libro de texto gratuito, esa es una discusión completamente aparte que no corresponde abordar ahora. Sin embargo, sí creo imprescindible repensar la mecánica de su entrega y la forma en que podemos hacer conscientes a los estudiantes del valor de los libros, tanto de su contenido como en el libro por sí mismo. De los descuentos exorbitantes en algunas librerías y otros puntos de venta, trataremos de profundizar un poco más adelante.

**4.- En la comercialización de libros, no hay igualdad de condiciones, lo que genera un ambiente caótico que solo viene a perjudicar al libro y sus lectores.** El margen de descuento que un editor o distribuidor da a sus clientes es, por definición, el margen de utilidad bruta con el que el detallista, sea una librería tradicional o punto de venta alternativo, tendrá que ajustarse a sus propios gastos y de ello dependerá la utilidad que todo negocio sano debe tener. Sin embargo, esta definición es del todo inexacta si se trata de aplicar a la realidad de la comercialización de libros en México. Parece que vivimos una carrera desbocada por incrementar los descuentos al grado de que el precio de lista de los libros es una mera referencia que no deja una sensación de claridad cuando tratamos de ubicar cuánto cuesta un libro. Hoy se otorgan descuentos enormes a ciertos clientes, mientras que a otros, regularmente las pequeñas librerías, se les restringen al grado de abrir un abismo entre unos descuentos y otros. Si la justificación para solicitar esos descuentos tan grandes es darle un descuento al lector, para que se vea beneficiado con un mejor precio final, el resultado es exactamente al contrario. Porque si el esquema de precios del editor le permite dar hasta un 50% de descuento a sus clientes, pero eventualmente o en ciertas operaciones tiene que dar el 60%, lo más probable es que termine aumentando sus precios al público, mismos que habrán de respetarse en las librerías que no se benefician con un descuento alto, y por lo tanto, se terminarán vendiendo más caros a una buena parte del público que no tiene la fortuna de asistir a los lugares donde los libros se venden con grandes descuentos. O peor aún, verá en las librerías que respetan el precio sugerido, sin poder otorgar un descuento adicional, como establecimientos caros y con

ello les derrumbará toda capacidad competitiva ante el resto de los vendedores de libros. Es decir, la cuerda se rompe por lo más delgado y las librerías pequeñas estarán condenadas a desaparecer, al no poder ejercer una presión ante sus proveedores para obtener descuentos mayores. Yo creo que el origen de esta solicitud desmesurada de descuentos está en el sistema de puntos alternativos de venta de libros, porque son comercios que no dependen de la venta de ese producto para subsistir, y pueden utilizar a los libros como artículo gancho en sus campañas comerciales, o maximizar sus utilidades por metro cuadrado ya no con la venta en volumen, sino a través de un margen de ganancia más amplio. La recurrencia de acceder a estas peticiones, que las más de las veces se convierten en exigencias, por parte de las editoriales, estriba en su necesidad de encontrar espacios suficientes de exhibición para lo que antes llamábamos el crecimiento explosivo en la producción de novedades. Sin embargo, en este panorama estamos cayendo en un círculo vicioso, ya que la necesidad de vender nos lleva a dar más descuentos a puntos alternativos y a algunas librerías con posibilidades de exigir más, lo que termina ahogando a otros comercios de libros que son, ni más ni menos, el mercado natural para la venta de libros. La regla es implacable: a más descuento a grandes detallistas, menos librerías abiertas. Algunas librerías se han subido al ring para dar la pelea en los descuentos a sus clientes, ahondando más la falta de equidad en la comercialización y cerrándose a sí mismas el margen de utilidad bruta, lo que las obliga a vender mucho más sin que necesariamente ganen más.

Esta carrera absurda de precios y descuentos tiene que parar en algo, y no logro vislumbrar más que dos escenarios: libros caros en relación a su costo de producción, pocas librerías, baja producción de los libros que no sean best seller y por lo tanto pobreza en contenidos de publicación. Un completo desastre. También creo que podemos, todos los involucrados en la cadena del libro, hacer esfuerzos conjuntos para alcanzar un mínimo de orden, apoyar la promulgación de una ley del precio fijo y contribuir a que las librerías dejen de ser clientes de segunda para algunas editoriales. Conseguir que el precio que marca el editor sea respetado tanto en librerías como en puntos de venta alternativos, otorgando descuentos razonables y similares entre clientes que compran mucho y clientes pequeños que a la postre, pueden convertirse en clientes que comprarán más. Esa ley del precio fijo podría ser un principio, pero no significará mucho avance si no es apoyada tanto por editores como detallistas con una visión de más largo plazo. Esta visión es la del ordenamiento paulatino del mercado y su consecuente reducción en los precios finales, en conseguir que las librerías vuelvan a ser

un negocio rentable para quien esté capacitado para dar un buen servicio y atención a su clientela. Porque es muy difícil suponer que esa ley, más que por convencimiento, puede aplicarse por métodos punitivos. No alcanzo a imaginar qué castigo se impondría a los responsables de infringirla. Mientras que, ordenada quizá a través de su promulgación, vaya siendo eje rector que nos guíe en este complicado asunto, respetándola principalmente porque representa la conservación del negocio para todos y el engrandecimiento de nuestra aportación a la cultura y educación de nuestro querido México.

**5.- Un mercado informal que compite en forma desleal, no solo por gastos e impuestos, sino por los robos por encargo que genera.** Damos por hecho que no es lo mismo establecer un comercio en forma, sorteando gastos de instalación y tramitología, que plantarse en la calle y dedicarse al comercio informal. No hay nada que decir al respecto, esta situación es de por sí condenable por todos aquellos que, además de arriesgar su patrimonio, ofrecen empleo y seguridad a sus empleados y pagan sus contribuciones. Pero si a esto sumamos el grave daño que los vendedores callejeros de libros hacen a las empresas dedicadas a su edición y comercialización, entonces tenemos un verdadero cáncer que está matando a muchos de los actores que hacen posible la existencia de libros en nuestro país. Algunos de nosotros pensamos que la forma de abastecer a esos sitios informales, era a partir de saldos y libros incluso usados. Al menos eso fue al principio. Ahora su oferta incluye las más codiciadas novedades y el servicio de libros por encargo. Para ello, se ha creado una red de delincuencia que se dedica a robar libros en cantidades muy importantes a las mismas editoriales. Imagino que así como hay agentes de ventas y compradores en el comercio formal, también hay agentes “robadores” de libros como única actividad. Seducen a los repartidores o encargados de bodegas con dinero en efectivo, saquean librerías con técnicas de lo más depuradas. Va un adelantado que identifica dónde están los libros que necesitan y cómo pueden vulnerar su seguridad, para enviar a segundas líneas a encargarse de ejecutar el robo. Muchas veces se confunden como clientes regulares de las librerías, incluso llegan a comprar algunos libros baratos para matizar la posibilidad de sospechas. En las editoriales y distribuidoras, resultan alarmantes las diferencias al cierre de todo inventario. En las librerías que no tienen un sistema de cómputo que les ayude a revisar inventarios, no tienen idea de la magnitud de lo robado. Pero estos robos suceden porque hay quien los comercialice. No se puede atacar el mal solo por sus síntomas. Es indispensable acabar con el comercio callejero de libros, pues cada día va en aumento de manera alarmante, convirtiéndose en el punto alternativo del

punto alternativo, por llamarle de alguna manera. Un gremio fuerte de libreros puede hacer oír su voz ante las autoridades responsables, o incluso ante las organizaciones políticas que defienden al ambulante. Esta tarea es igualmente importante para las editoriales, que se ven dañadas directamente por los robos en sus almacenes y, ni que decir, por la piratería.

**6.- Una desbordante producción pirata que amenaza tanto al comercio establecido del libro como a sus autores y editores.** La amenaza que representa la piratería industrial para todos los involucrados en la cadena del libro es cada vez más peligrosa. Esta actividad ilícita ya le dio un golpe de muerte a la industria discográfica, al grado de que público en general asume como correcta esta práctica, justificándola por los exorbitantes precios de los discos en el mercado regular. Los empresarios son voraces, dicen, y acuden al producto pirata como algo de lo más normal. Incluso productoras piratas advierten en sus cubiertas que su actividad da empleo a muchas personas y que solo lo hacen para beneficiar al comprador final. También advierten de que hay piratas sin escrúpulos que venden productos sin calidad, frente a ellos que lo hacen con equipos que garantizan fidelidad de sonido, además de que su acto es por demás generoso al ofrecer bajos precios. Esta cultura puede acabar no solo con una industria, o varias de ellas, incluida la editorial. Puede acabar con todo un país. México, en el rubro de piratería de discos, ocupa el deshonroso tercer lugar mundial, solo superado por China y Rusia, país este último que padece la dictadura de un estado mafioso.

¿Qué queremos hacer de nuestro México? Permitir la piratería es tanto como condenar cualquier proyecto de país al más rotundo fracaso. Es de muchos conocida la crisis que vive la industria de las artes gráficas, pero no por esto pueden permitirse sus agremiados el dudoso lujo de hacer libros a quienes no demuestren la titularidad de los mismos. O que al menos se responsabilicen los ordenantes mediante carta que deslinde al impresor. Tampoco los libreros pueden darse concesiones de ningún tipo en materia de piratería, las ventas que puedan obtener jamás serán suficientes para resarcir el daño que a ellas mismas habrán de causarse en el mediano plazo. Evitemos a toda costa, autoridades y particulares, que este mal siga creciendo en la medida en que por ahora lo está haciendo. Aquí no hay distinción de trincheras, tanto libreros como editores y autores debemos dar la batalla antes de que sea demasiado tarde. Busquemos la forma de cancelar, sin ningún miramiento, todo comercio informal de libros, fuente inicial de ambas plagas: el robo y la piratería.

\*\*\*

Todo lo antes dicho deriva en la necesidad de hacer un trabajo en conjunto. Encuentro de una importancia trascendental la creación de foros de discusión como este en donde las ideas puedan circular entre los interesados y también se puedan debatir. Es por esto que felicito a los organizadores, y sobre todo a los librereros participantes, por su preocupación patente al asistir a esta Convención. Urge que librereros y editores se reubiquen en lo que realmente son: socios comerciales en donde no vive uno sin el otro. Igualmente es fundamental que el trabajo gremial de los librereros cobre la fuerza que corresponde, tanto como por su ángulo empresarial como por su importante labor que repercute, indiscutiblemente, en la sociedad toda, en la formación del país que imaginamos, en la fortaleza del México que todos queremos.

---

Cierro esta participación con un pensamiento de José Saramago, Premio Nobel de Literatura, que me parece viene totalmente al caso:

“Vender libros no es igual que ser librerero. Cualquiera puede vender un libro si se lo pide el cliente. Pero la relación del librerero con sus libros es como la que tiene el pastor con su rebaño. Siendo cierto que vive de ellos, vive sobre todo para ellos, los ama. Ser librerero es como estar enamorado de por vida.”

Así cierra su aforismo Saramago, y yo aprovecho para darles las gracias por su atención