

## Libros: Piden el fin del precio fijo

Un informe de la Fundación Alternativas aboga por el fin del precio fijo.

El estudio señala que con los cambios en los hábitos de consumo la salida de la crisis en el sector cultural está en la internacionalización y en el entorno digital.

[Paula Corroto](#) - Madrid

07/06/2013 - 14:27h



Foto CarbonNYC

La tormenta por la ley del precio fijo sigue *in crescendo*. Si hace una semana eran los libreros quienes anunciaban una demanda a la multinacional Amazon por incumplir este requisito legal, y hoy la ministra francesa de Cultura, Aurélie Filipetti, señalaba su hartazgo por la picaresca de esta tienda online –Francia, como España, también posee esta medida proteccionista-, la Fundación Alternativas ha presentado un informe, "[Internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas](#)", en el que se aboga por poner fin a esta ley en pos de aumentar la competitividad de las industrias culturales españolas en una época en la que han cambiado los hábitos de consumo cultural.

"La Ley del Precio Fijo ya no protege a las pequeñas y medianas librerías. Lo hacía en el siglo XX, pero ya no. En la era de la economía digital, de la economía a escala, la mentalidad del precio fijo hace que los productos culturales tengan un precio muy alto", manifestó el experto en economía digital Javier Celaya, uno de los autores del informe junto a Pau Rausell Köster, economista y profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de Valencia, y Anna Villarroya, profesora del Departamento de Economía Pública de la Universidad de Barcelona.

Ahora mismo para comprar un contenido legal tienes que hacer siete clicks, y para uno ilegal, sólo dos. Hay que conseguir que el acceso legal al producto sea en un solo click. La piratería no sólo se combate con leyes

"Los libreros deberían tener la posibilidad de tener más margen para la creatividad con ofertas y descuentos. No se trata de que no haya medidas de protección, pero la del precio fijo hoy no sirve", ha añadido Celaya, quien ha puesto de manifiesto, como también se señala en el estudio, que mientras en el mundo analógico primaba la venta unitaria (una compra, un producto) ahora este concepto ha cambiado por el del acceso: "En el entorno digital lo que existe es un tiempo de experiencia de consumo digital". Es decir, el consumidor ya no posee el producto sino que disfruta del libro, la película, el videojuego o la canción durante un determinado tiempo. Y esta es una cuestión determinante para la fluctuación de precios. "Los gestores culturales tienen que renovarse ante esto. No hay hoja de ruta, pero no pueden mantener el modelo anterior porque no van a sobrevivir", ha insistido Celaya, que ha puesto como ejemplo el próximo cierre de la mítica librería catalana Canuda.

La apuesta por la dinamización de los precios en los productos culturales también se apoya en una estrategia para frenar la piratería. Según se extrae del informe, y en palabras de Celaya, "la piratería es una demanda no atendida, ya que demuestra que hay gente que sí que quiere consumir esos productos. La única manera de frenarla es con una oferta legal amplia y para ello los creadores también tienen que ceder sus derechos digitales, se debe cambiar la mentalidad del precio fijo y mejorar el acceso. Ahora mismo para comprar un contenido legal tienes que hacer siete clicks, y para uno ilegal, sólo dos. Hay que conseguir que el acceso legal al producto sea en un solo click. La piratería no sólo se combate con leyes".

El análisis de la Fundación Alternativas está enmarcado, precisamente, en el impulso de la industria cultural a partir de los nuevos parámetros que marca la economía digital. La red, que rompe todas las fronteras, como panacea para salir de la crisis y para que las empresas españolas de este sector, que en 2008 alcanzó el 5,6% del Valor Agregado Bruto (VAB) a nivel nacional y el 6,3% del empleo, puedan recuperar su capacidad competitiva: el gasto en cultura en los hogares bajó casi dos millones de euros entre 2007 y 2011, según este informe en el que se analizan los sectores de la música, el cine, las artes, el teatro, los libros y los videojuegos.

"Es un modelo que se tiene que redefinir, sobre todo su papel en lo digital, y por eso también **hay que ir más allá de los mercados naturales del español**", admitió Celaya, para quien no se debería sólo exportar productos "en español, sino también en otros idiomas". Entre esos "nuevos" mercados deberían estar Brasil, Canadá y Estados Unidos, donde buena parte de su población es hispanoparlante. Además, según este experto, debería ponerse en marcha una especie de Airbus cultural, concepto que alude a la compañía europea de aviación y que consistiría en una gran plataforma digital europea en la que estuvieran presentes todos los productos culturales, desde el cine a la música o los libros. "**Tenemos que crear alianzas con nuestros aliados naturales.** Los competidores del mundo anglosajón ya lo están haciendo. Se trata de posicionarse en un sector que ha cambiado", aseguró el coordinador del informe, Fernando Rueda.

Con respecto a la [Ley de Propiedad Intelectual](#), los expertos reconocen que **se debe tener en cuenta el nuevo modelo de consumo digital**. Que sea posible el acceso a los productos culturales desde cualquier dispositivo. "Un modelo de negocio se hace con una cuenta resultados no con una ley", exhortó Celaya, una frase que fue matizada por Nicolás Sartorius, vicepresidente de la Fundación Alternativas, quien destacó que la ley "debe proteger el interés general y para ello debe haber un marco regulatorio donde las leyes puedan proteger a la empresa y al usuario".

## Adiós al modelo de subvenciones

Los expertos también pusieron de manifiesto que **el modelo de subvenciones para la cultura ha terminado**, por lo que era necesario explorar nuevas vías aunque "se mantuviese el apoyo público", según insistió Rueda. Para caminar por estos nuevos senderos "la cultura debe considerarse industria y ir de la mano, de forma colectiva, algo que en España no ha sucedido", apuntó Celaya.

Se trata de adoptar un modelo parecido al de los Estados Unidos "donde la industria cultural sí está subvencionada, pero con medidas legislativas para que las empresas estén reguladas", en palabras del vicepresidente de la Fundación, Nicolás Sartorius, quien también resaltó que "las subvenciones no son el motivo por el que la cultura no se haya desarrollado como industria. Hay otros sectores subvencionados, como la agricultura. El problema es que en el sector cultural prima el minifundismo. Son pequeñas empresas con poca capacidad lo que dificulta el desarrollo competitivo".

Todas estas propuestas serán entregadas al Gobierno y a los agentes del entorno cultural. "Y esperemos que sean de utilidad para los que toman las decisiones políticas, ya que es una industria muy machacada", recalcó Sartorius.

Foto: [CarbonNYC cc](#)

[http://www.eldiario.es/turing/Libros-Piden-fin-precio-fijo\\_0\\_140686246.html](http://www.eldiario.es/turing/Libros-Piden-fin-precio-fijo_0_140686246.html)