

El precio único, condición indispensable

El veto del presidente Fox a la Ley del Libro, aprobada por todos los grupos parlamentarios, supone un duro revés para los autores, libreros y editores independientes de nuestra frágil industria editorial, y para los lectores. Daniel Goldin analiza el eje toral de esta necesaria ley: el precio único.

El presidente Fox retornó a la Cámara la Ley para el fomento del libro y la lectura, señalando que reconoce sus numerosos méritos pero que se opone al “precio único”. Al hacerlo les pide a los legisladores eliminar un capítulo de la ley, como si se tratara de extirpar un quiste de un cuerpo saludable. Ha sido un acto torpe e irresponsable que pone en riesgo algunos de los logros más loables de su propia administración: la consolidación de las salas de lectura y el programa de bibliotecas de aula y escolares. De poco sirvieron la decidida defensa de la ley realizada por los titulares de la SEP y Conaculta y las palabras de editores y libreros. El Presidente hizo suyos los argumentos falaces, dogmáticos y miopes del titular de la Comisión Federal de Competencia (Cofeco), Eduardo Pérez Mota: la ley tiene grandes virtudes, pero afecta la libre competencia y al “consumidor”, pues incrementa los precios. Todavía el 31 de agosto Pérez Mota señalaba que la ley viola el Artículo 28 Constitucional. Si esto es cierto, ¿por qué no dejó que se publicara la ley, para luego solicitar su improcedencia ante la Suprema Corte? La respuesta es porque supo de antemano que no era posible probar tal inconstitucionalidad, y resultaba más sencillo vetar la ley apelando al dogma de la libre competencia. Ya se sabe: en materia económica, nuestros gobiernos son ortodoxos.

Gabriel Zaid demostró en esta revista cómo, lejos de alentar el monopolio, el precio único propicia la libre competencia. Muchos otros se han encargado de desmontar las

mentiras y proveer información económica correcta sobre esto (ver www.leydellibro.org.mex).

Me interesa ahora abordar este tema desde la perspectiva de la formación de lectores —la meta política cultural y educativa del sexenio, y una de las líneas de continuidad en nuestras políticas públicas. Y es que esta Ley era el primer intento de dotar de un marco jurídico al sistema del libro y la lectura de una forma integral. Y en ese cuerpo, el precio único es un instrumento fundamental, no un mero pegoste: una primera medida concreta, sistémica, para romper el círculo vicioso que ha caracterizado al Estado mexicano en su política de formación de lectores. Es algo elemental, pero curiosamente soslayado en las políticas culturales y educativas del Estado: la salud del mercado del libro es uno de los indicadores más claros del éxito de las políticas educativas y culturales.

Desde la tantas veces mentada gestión de Vasconcelos hasta la dotación de decenas de títulos para cada una de las 850,000 aulas de las escuelas públicas del país, el Estado ha invertido una enorme cantidad de recursos por acercar a los mexicanos a los libros. No hay ningún país que lo iguale en toda Iberoamérica ni probablemente en el mundo: más de cinco mil millones de libros repartidos gratuitamente, la edificación y aprovisionamiento de 7,200 bibliotecas, más de 5,900 salas de lectura, incontables coediciones, ferias, premios y becas a escritores. ¿Por qué todos estos recursos no han servido para crear un mercado editorial acorde con las dimensiones del país, su crecimiento demográfico y educativo?

Se trata de una pregunta que deberían intentar responder los responsables de las políticas educativas y culturales

del Estado. Y también todas las personas interesadas en la vida pública, pues el mercado lector (de libros, periódicos y revistas) no es el espacio donde se expresan los intereses mezquinos de editores y libreros, sino el lugar donde se valoran las ideas, en el que se patentiza el valor social del diálogo y la diversidad; en pocas palabras, el sitio en el que la cultura democrática cobra cuerpo y del cual se alimenta.

“Sobre la disponibilidad y acceso equitativo al libro”, el capítulo *vetado* por el presidente Fox, contiene la obligación de vender cada ejemplar de un mismo título al mismo precio en cualquier punto de venta de la República, de Coyoacán a Tapachula o Ciudad Juárez, en librerías, tiendas de autoservicio o cualquier otro lugar. La posibilidad de que alguien infrinja la ley por el hecho de vender con descuento un libro puede parecer una aberración. Pero es, por el contrario, una primera medida para evitar la concentración de la oferta editorial. Y mucho más que eso.

Según el *Atlas de infraestructura cultural de México* publicado por Conaculta en 2003, México cuenta con 1,100 librerías, el 94% de los municipios no tiene ni una sola, y el 40% de las existentes se concentran en la ciudad de México. Las asociaciones de libreros consideran que en realidad sólo existen la mitad, y reportan que se siguen cerrando. Hay una por cada cien mil habitantes o por cada doscientos mil, la conclusión es similar: es imposible convertir a México en un país de lectores si no se hace algo por multiplicar y repartir más equitativamente los puntos de encuentro con los libros. De poco sirve dotar a cada aula de una estupenda selección de libros si, para continuar su formación lectora, el niño tiene que desplazarse decenas o centenas de kilómetros. Regalar libros a los niños y de paso apoyar a los editores, sin contar al mismo tiempo con un marco jurídico que permita el crecimiento de las librerías, es dar paliativos y derrochar esfuerzos y recursos, además de una incoherencia educativa.

El argumento de la Cofeco supone que la salud de las librerías no es relevante para los lectores. Y es que, en el mundo globalizado, los libros se pueden encontrar por internet. Ignorancia del proceso de formación lectora, de la economía del libro, pero sobre todo de la realidad en la que habita la inmensa mayoría de los mexicanos, y desinterés por ella: eso es lo que demuestran los funcionarios que se han opuesto a la Ley y sus pregoneros. Sin embargo, desde el punto de vista de la formación de lectores, las librerías son uno de los sitios privilegiados para posibilitar el encuentro del lector con el libro. El precio único no sólo propicia que haya más espacios y estén más equitativamente distribuidos, sino que esos encuentros sean más decisivos.

Sólo para quien no lee existen *los libros*, en general. Para un lector existe tal o cual título específico. Y es desde esa dimensión del libro concreto y singular como la lectura abre puertas, responde preguntas, ilumina, conmueve o hace surgir nuevos interrogantes.

En el origen de cada lector asumido como tal siempre hubo al menos *un* título que detonó ese reconocimiento. Con frecuencia hubo también *alguien* que supo propiciarlo. Para que ese milagroso encuentro se dé, es necesario que haya una oferta diversa, pues son diversos los puntos sensibles y los lectores. Al igual que con la música o con las medicinas.

El precio único es una condición necesaria para ampliar la red de librerías en México. Por eso muchos libreros, entre ellos los directivos de Gandhi, lo apoyan. Como buenos empresarios que son, saben que se trata de hacer crecer el pastel, no de pelearse por una tajada. En efecto, hay que mirar hacia el futuro.



Ilustración: Letras Libres / Ulises Culebro

En un primer momento, puede verse como una medida para defender a las pequeñas editoriales y librerías frente a las grandes, y a las librerías frente a la competencia de otros establecimientos comerciales, como las tiendas departamentales o los supermercados, que usan el libro como gancho. Pero en el largo plazo es mucho más que eso.

En principio, es una condición necesaria para garantizar una oferta editorial variada, que no esté regulada sólo por criterios comerciales. Es importante recordar que el precio único surgió en Europa en el siglo XVIII, cuando los editores dejaron de ser libreros. Entre otras cosas, para garantizar que no sea el criterio del distribuidor el que determine la oferta editorial. Es, en efecto, una medida por la libertad de expresión y de pensamiento.

Es una manera de evitar la concentración y evitar la discriminación geográfica, pero sobre todo es una forma de trasladar la competencia al ámbito de la calidad y variedad de la oferta, y de la calidad y oportunidad de los servicios. A este respecto, es preciso señalar que, más que atentar contra los intereses de

las grandes superficies, las obliga a transformarse. En muchos países ha dado lugar a que esas tiendas amplíen la diversidad de títulos, mejoren su atención y busquen competir con las pequeñas superficies en el terreno que justamente más beneficia al lector: los servicios y la variedad y calidad de su oferta.

Colateralmente, además, conduce a una reducción de precios (sea por la reducción de márgenes o por la de costos derivada de la ampliación del tiraje, la reducción de las devoluciones o la ampliación del tiempo de exposición).


El precio único es una medida sistémica y frágil para un problema complejo, que cada día se adopta por más países, aunque algunos lo hayan eliminado. La Cofeco y sus pregoneros han citado frecuentemente el caso de Finlandia. Ignoran u ocultan que, desde que en 1971 se abolió la ley del precio fijo, se redujeron de setecientas cincuenta a cuatrocientas cincuenta las librerías en ese país, según un reporte de la Finnish Book Publishers Association. Y, lo que es más importante: que aun así Finlandia tiene un alto índice de librerías por habitante. Finlandia cuenta además con un sistema de bibliotecas de primer nivel, que estimula la formación de lectores, pues las compras, como sucede en muchos países europeos, las deciden los propios bibliotecarios y se realizan a través de las librerías, lo que garantiza que las bibliotecas estén alimentadas con

novedades y títulos acordes con sus usuarios. Si la derogación no causó mayores estragos es porque en ese país (que en 2000 y 2003 tuvo las más altas notas de los países examinados en materia de comprensión lectora) la educación se ha visto como una cuestión estratégica para la economía, de modo que pueda ser lo que ha decidido ser: el país líder en innovación. Por eso piensan la ecuación integralmente.

Lo que la Cofeco no comprendió es algo elemental en la formación de un buen lector. Que, para usar adecuadamente la información que tienen los libros, hay que saber también leer el propio entorno. En este momento, para hacer de México un “país de lectores”, por usar un lema que en realidad debería ser “un país de ciudadanos informados con armas para construir su futuro”, el Estado necesita hacer muchas cosas (invertir en educación, en capacitación, en infraestructura y acervos); debe brindar apoyos (a la edición y la competitividad del libro mexicano) y debe crear las condiciones para que otros puedan realizar sus tareas (un marco legislativo adecuado). En cualquiera de los tres casos, determinar si la medida o el programa contribuye a la creación del mercado es su prueba de ácido. En este sentido, ciertamente se necesita mucho más que el precio único, pero el precio único es imprescindible. —

Informe Salud México 2001-2005

Secretaría de Salud



Condiciones de salud

La esperanza de vida en México aumentó 22 años en el último medio siglo. Actualmente, las mujeres tienen una esperanza de 77.8 años y los hombres 73. Gracias a ello, a menos 30% de las nacidas en 2005, alcanzarán los 60 años de edad. En 1970, solo 59.5% podían hacerlo. En los últimos diez años, la tasa de mortalidad infantil se redujo 30%, por lo que se ha estado ahorrando de cada 10 mil niños, de haber continuado la tasa vigente en 1995.

Cruzado Nacional por la Calidad de los Servicios

Actualmente más de 980 organizaciones participan como socios ciudadanos. Se ha mejorado la atención con calidad de más de 700 unidades médicas.

Productividad y disponibilidad de recursos

Los ritros de crecimiento como costo de atención son superiores a 80%. El costo unitario de primer nivel bajó a casi un 25% en cinco años de consultas clínicas.

Inversión en salud


El gasto público en salud entre 2001 y 2005 se incrementó 34.9%, en términos reales. En la presente edición, la contribución estatal al financiamiento a la salud ha crecido en promedio 42%.

Cobertura

Hoy la cobertura con esquema completo de atención de emergencia de atención ambulatoria llegó al 95%. El Seguro Popular ofrece a sus más de cuatro millones de familias afiliadas un paquete de 340 intervenciones médicas. El número de familias pobres con gastos catastróficos por motivos de salud se redujo 36% entre 2002 y 2005. Hoy el Seguro Popular cubre a las 32 entidades de país, a mil 611 municipios y 41 mil 411 localidades.

Salud Pública

La mortalidad por tuberculosis se redujo 22% en 2005 con respecto a 2001. En el Programa de VIH/SIDA, destaca el esfuerzo de México por ofrecer tratamiento con antirretrovirales a todas las personas que viven con este padecimiento. El Programa de Prevención y Control del Cáncer Cárneo (Hacia el 2010) la meta es el aumento en el diagnóstico y seguimiento a cobertura de detección. Los programas de diabetes mellitus e hipertensión se incrementaron en más de 20% entre 2001 y 2005. En materia de prevención y control de las adicciones, se ha logrado más de 12 mil 400 sesiones 100% de sus municipios con Programas e Consejos Municipales contra las Adicciones.



Un México sano.
es un México fuerte.
www.salud.gob.mx