

# El mercado de los libros de texto : Un análisis sobre el proceso de edición.

Tosi, Carolina.

Cita:

Tosi, Carolina (2010). *El mercado de los libros de texto : Un análisis sobre el proceso de edición. IX Congreso Argentino de Hispanistas. Asociación Argentina de Hispanistas, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-043/67>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/e3mh/rch>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*



## El mercado de los libros de texto. Un análisis sobre el proceso de edición\*

Carolina Tosi  
Universidad de Buenos Aires – CONICET

### Resumen

Los imperativos comerciales, las demandas fluctuantes de un cambiante contexto educativo y el desdibujamiento del Estado como regulador de los materiales de enseñanza han provocado desde hace algunas décadas transformaciones sustanciales en los conceptos relacionados con los libros de texto en la Argentina. Teniendo en cuenta los diversos y complejos factores que determinan y condicionan la producción de los manuales escolares, en este trabajo nos proponemos delinear cómo se concibe hoy este tipo de libros y cuáles son las políticas editoriales en relación con el proceso de edición. Con estos objetivos, a partir de una serie de entrevistas realizadas a autores y editores, caracterizamos la figura del redactor y del editor, con el fin de aproximarnos a la compleja categoría de "autor" del libro de texto. Finalmente, llegamos a la conclusión de que las políticas editoriales actuales han transformado el circuito de edición tradicional y evidencian que el rol central es desempeñado por los agentes editoriales.

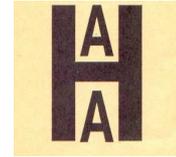
**Palabras clave:** libros de texto – mercado – política editorial – edición – *marketing*

### 1. Introducción

En las últimas décadas se ha registrado un creciente interés en el estudio de los libros de texto, especialmente en los aspectos relacionados con el tratamiento de los *contenidos*, las *concepciones pedagógicas implicadas*, las *representaciones sociales* que difunden y también sobre *su materialidad y el circuito de producción*. En cuanto a este último punto, los aportes de Choppin (1992), Chartier y Hébrard (1994 y 2002), Grinberg (1995), Johnsen (1996) y Escolano Benito (1996) se han constituido como antecedentes y puntos de partida para los estudios que más tarde se llevaron a cabo en nuestro país sobre el mercado editorial del libro escolar. Entre las investigaciones locales, podemos mencionar las realizadas por Pineau y Cucuzza (2002), Romero (2004), Fernández Reiris (2005), Aguado (en de Diego 2006) y Linares (2007) que, desde diferentes enfoques, han caracterizado la materialidad del libro de texto y el mercado editorial argentino. Si bien tales estudios son aportes fundamentales y constituyen investigaciones clave en el tema, consideramos necesario ampliar el abordaje y centrarnos en el estudio de las transformaciones que se han producido en los últimos años en el proceso de edición, vinculadas especialmente a las particularidades del circuito y la acción de los agentes relacionados.

A partir del análisis de una serie de entrevistas efectuadas a autores y editores de diferentes disciplinas (Lengua y Literatura, Ciencias Sociales y Ciencias Naturales) y

\* Este trabajo forma parte de los Proyectos UBACyT F020 (2008-2010) y PICT 32995 de la ANPCyT (2007-2010), dirigidos por la doctora María Marta García Negroni.



coordinadores editoriales, así como del análisis de un corpus de libros de Secundario, publicados entre 2004 y 2010<sup>1</sup>, en el presente trabajo caracterizamos el circuito de edición de los manuales escolares, que es diferente del de otro tipo de libros, en el cual el rol del editor es fundamental y singular, puesto que realiza ciertas funciones tradicionalmente atribuidas a la figura del autor. Teniendo en cuenta los diversos y complejos factores que determinan y condicionan la producción de los libros de texto, nos proponemos, entonces, delinear cuál es el panorama de la edición y cómo se concibe hoy este tipo de material. Con dicho objetivo, analizamos la figura del redactor y del editor, con el fin de aproximarnos a la compleja categoría de “autor” del libro de texto y estudiar así la tensión existente entre el discurso escolar, la normativa oficial, la lógica pedagógica y los imperativos del *marketing*.

## **2. El mercado editorial escolar: autores y editores**

### **2.1. La figura del autor**

En el circuito convencional de la edición de cualquier tipo de libro, el primer actor que aparece es sin duda el autor, quien aporta la materia prima (la producción intelectual). Luego el autor entrega su texto a los editores, quienes trabajarán sobre él y lo transformarán en una publicación. Pero si nos referimos a los libros de texto en particular, esta característica del circuito solo puede encontrarse en ciertos manuales tradicionales. En la primera mitad del siglo, y quizás hasta los años 80, algunos autores con prestigio académico y pedagógico, que generalmente se desempeñaban como directores, profesores destacados de Escuelas Normales o inspectores, acercaban sus materiales a las editoriales en forma espontánea<sup>2</sup>. Estos textos solían tener un autor, o a lo sumo dos, y contaban con ediciones de larga duración. Al respecto, basta recordar que hasta hace un par de décadas los estudiantes del nivel Secundario utilizaban libros de autor, cuya edición original se remontaba a los años 60 o 70, como es el caso de los clásicos libros de Dos Santos Lara, Ibáñez, Drago, Loprete o Lacau-Rosetti.

A partir de mitad de los 80 y, en especial durante la década de los 90, el panorama cambió totalmente. Con el advenimiento de la democracia, el Estado delegó las funciones de producción y control de los contenidos de los libros de textos en las empresas editoriales. Así, los libros comenzaron a responder a las demandas del mercado y a la lógica del *marketing*. Ya en los 90, se realizaron fusiones entre empresas, que se continúan hasta la actualidad. Incluso, estamos en condiciones de afirmar que hoy la mayoría de las editoriales de libros de texto en la Argentina pertenecen a capitales extranjeros e integran grandes

---

<sup>1</sup> Se realizaron en total quince entrevistas (seis a editores, seis a autores y tres a coordinadores editoriales) y, con el fin de lograr una caracterización más exhaustiva y limitar el enfoque, las preguntas se centraron en indagar el proceso de edición de libros de texto de Secundario. Vale aclarar que la identidad de los informantes se mantendrá en reserva, tal como fue solicitado. Prefirieron no dar a conocer su identidad porque consideran que difundir ciertos datos de su empresa podría ocasionarles problemas laborales. En todos los casos entrevistamos a profesionales que trabajan en las texteras más importantes del país. Además, utilizamos un corpus de treinta libros de primero a tercer año del Secundario de diversas editoriales (Santillana, Estrada, Puerto de Palos, SM, Tinta Fresca y Kapelusz).

<sup>2</sup> Aunque con menor frecuencia, también podía efectuarse la escritura de los libros a partir del pedido de las editoriales.



grupos económicos, un escenario típico de la globalización, según sostiene Malena Botto (en de Diego 2006)<sup>3</sup>. En este sentido, debido a las demandas no solo curriculares sino también comerciales, se dejaron de publicar “libros de autor” y en su reemplazo los textos actualmente son pensados y planificados dentro de las empresas editoriales y tienen un ciclo de “vida” relativamente corto, de hasta cinco años como máximo (Linares 2007, Pineau 2002 y Romero 2004). Desde entonces, la autoría de los manuales escolares es llevada a cabo en general por profesores terciarios o universitarios y es realizada, casi exclusivamente por encargo, es decir, a partir del pedido específico de las editoriales.

Diversos teóricos (Grinberg 1997, Romero 2004 y Fernández Reiris 2005) han mencionado que en las últimas décadas se ha producido el desplazamiento de la figura del autor del libro de texto hacia un segundo plano. Esto se debe, por un lado, a que el grupo de autores sustituyó al autor único y, por el otro, a que la complejidad del proceso de producción comenzó a requerir del trabajo conjunto de todo el equipo editorial<sup>4</sup>. Así, emerge el rol del coordinador editorial<sup>5</sup>, según la denominación dada por Romero (2004), quien se ocuparía de integrar y empalmar los textos de los diferentes autores.

Tomando en cuenta estas investigaciones previas, los resultados de las entrevistas efectuadas y ciertos aspectos materiales de los libros de texto actuales analizados, pudimos profundizar las características del autor de libro de texto y definir el rol que desempeña en el proceso.

En primer lugar, destacamos que la idea del libro se concibe en la editorial. El departamento de *Marketing* o Comercial junto con la Gerencia Editorial definen la línea del producto y luego se la comunican a los jefes o coordinadores de editores. Estos, generalmente, en trabajo conjunto con los diseñadores y los editores que tienen a cargo la producción de libro, realizan la maqueta<sup>6</sup> y un capítulo modelo. Recién en esa instancia los autores son convocados.

En cada libro participa un equipo de autores, integrado por entre tres a quince profesionales (la mayor cantidad de autores se registra en los libros de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales, pues cada disciplina tiene sus autores especializados). Respecto del criterio de selección, los editores entrevistados aseguran que les asignan prioridad a los conocimientos académicos-disciplinares de los autores por sobre los pedagógicos. En este sentido, coinciden en que lo más importante es que los autores presenten textos correctos y adecuados, pues los editores mismos se encargan de realizar la bajada didáctica y modificar

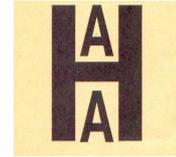
---

<sup>3</sup> Entre las editoriales argentinas se encuentran AZ, Longseller y Estación Mandioca. El resto, salvo alguna excepción, pertenece a capitales extranjeros. Incluso, Puerto de Palos y Estrada, dos editoriales típicamente argentinas, desde 2007 forman parte del grupo editorial británico MacMillan Publisher.

<sup>4</sup> “Puede decirse que debido a la mayor incidencia del trabajo en equipo en la concepción de libros escolares, al espacio que ocupan los elementos paratextuales en cada obra y a la labor de compilación de diferentes fuentes, el autor o equipo autoral encuentra empequeñecido el marco de acciones que puede realizar por sí mismo, contradiciendo lo que indicaría la etimología del vocablo que designa su valor” (Fernández Reiris 2005: 257).

<sup>5</sup> Según las entrevistas realizadas, el departamento editorial está dividido en diferentes secciones, según las áreas disciplinares, a saber: Lengua, Matemática, Ciencias Sociales y Ciencias Naturales. En algunas editoriales también se encuentra el departamento de Primer Ciclo, que se encarga de editar libros correspondientes a los tres primeros años de la primaria. Cada una de estas secciones está a cargo de un jefe o coordinador, que a su vez dirige a los editores responsables de cada libro.

<sup>6</sup> Se entiende por maqueta al diseño gráfico de una página.



las actividades en caso de ser necesario. Por ello, los autores convocados suelen ser profesores que se desempeñan en el nivel terciario o universitario; algunos, incluso, son investigadores y tienen estudios de posgrado. Vale destacar que la tarea del autor está absolutamente pautada por los editores, pues tiene que ajustarse a los criterios generales del libro, el enfoque didáctico elegido y a la maqueta ya confeccionada. En algunas de las entrevistas, los editores nos comentaron que ellos antes de convocar a los autores realizan un índice detallado (sobre la base del currículum oficial), donde suelen aparecer los contenidos página a página, incluso sugerencias de actividades y de fuentes de consulta.

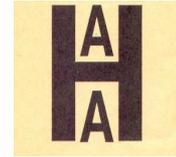
En segundo lugar, damos cuenta de que los autores solo pueden escribir algunos capítulos de un mismo libro debido a que deben ajustarse a los acotados tiempos editoriales, según los cuales una obra se suele realizar en el transcurso de tres a cinco meses aproximadamente (entre el encargo del primer capítulo y el cierre del libro). Así, los autores suelen disponer de entre quince días y un mes para la entrega de un capítulo, cuya extensión varía de entre diez y veinte páginas. En todos los casos, los autores cobran la escritura de cada capítulo una única vez y ceden sus derechos a la editorial.

En tercer lugar, podemos mencionar que en algunos proyectos editoriales también aparece la figura de “asesor de contenidos” o “coordinador de autores”, que generalmente se ocupa de supervisar que los contenidos sean correctos. En ciertos casos puede tratarse de un profesional de prestigio académico, como por ejemplo Luis Alberto Romero, que ha desempeñado esta función en los libros del área de Historia de la editorial Puerto de Palos. Sin embargo, se trata de un rol poco frecuente, pues en la mayoría de las propuestas editoriales esta función es desempeñada por el editor y el jefe o coordinador de editores. En este sentido y tal como analizaremos en el próximo apartado, la autonomía y las acciones realizadas por el equipo de autores presentan un gran debilitamiento frente a la participación cada vez más importante y nodular del editor.

Finalmente y atento a que “la tapa impresa –que se remonta apenas a principios del siglo XIX– lleva tres menciones obligatorias: el *nombre del autor*, el *título de la obra* y el *sello editorial*, a los que puede agregarse, de haberlo, el *sello de la colección*” (Alvarado 1994: 38), destacamos que muy pocas editoriales de nuestro corpus coloca los nombres de los autores en la tapa. En algunas de las propuestas editoriales, los nombres de los autores figuran en la portada del libro o en la página de créditos y suelen aparecer bajo la figura de *redactores*. De esta forma, observamos la escasa importancia y valorización dada a la figura del autor desde el paratexto externo, en donde la mención del sello editorial, en un lugar central y destacado, parece constituir el rasgo de identidad y funcionar como fuente responsable de la obra. Así, el nombre de la editorial se constituye como el elemento identificador y argumento de venta, sobre el de los autores.

## **2.2. El rol del editor**

De acuerdo con Escolano Benito (1996), la nueva generación de libros escolares se produce a partir de un equipo multiprofesional, integrado por autores, diseñadores, ilustradores y otros técnicos de las artes gráficas. Asimismo, Fernández Reiris (2005) señala la incidencia que tienen los distintos agentes editoriales en el proceso de edición, y Romero (2004) destaca las acciones llevadas a cabo por el coordinador editorial, a quien caracteriza como una figura clave que “corrige, reescribe, empalma, diagrama, selecciona actividades y articula el trabajo



más específicamente técnico-académico con las orientaciones de la editorial, también atenta a las tendencias del mercado" (Romero 2004: 32).

A partir de las entrevistas realizadas, observamos que el equipo multiprofesional de los libros de texto actuales está conformado por autores, un editor, diseñadores, correctores, ilustradores, cartógrafos, personal de fotografía, jefe o coordinador editorial, etcétera. No obstante, la figura clave del proceso es el editor (guiado y controlado por el coordinador editorial), cuyo rol y funciones caracterizaremos a lo largo de este apartado.

Respecto de la edición de libros, Bourdieu (1992) definió los campos de acción de los editores según su orientación: hacia el polo *comercial* o al *cultural*. Para él, no existen editores puros, pero siempre uno de los dos polos prevalece sobre el otro y define la competencia en un determinado campo de acción. Katz (2002) representa en un gráfico, que reproducimos a continuación (cuadro 1), las características de las ediciones del polo comercial, es decir, el libro considerado en tanto mercancía, y del polo cultural, esto es el libro entendido como contenido.

**Cuadro 1. Características del contexto en el que se desempeñan los editores según su orientación** (Katz, en de Sagastizábal y Estévez Fros 2002: 31).

Características	Mercancía	Contenido
Ciclo de vida del libro	Corto	Largo
Demanda	Respuesta a demanda preexistente	Formación de demanda futura
Precio	Tendente al costo	Estable
Relación del libro con otros productos (similares o no)	Fácilmente sustituible	No sustituible
Consumidor	<i>Mass market</i>	Usuario/lector experto
Distribución	Subordinación a la logística	Contenido fragmentable y manipulable

Consideramos que el editor del manual escolar se orienta hacia el polo comercial, pues lo que predomina es la concepción del libro en tanto mercancía. Efectivamente, los libros de texto:

- tienen un ciclo de vida corto, pues están pocos años en "catálogo" y son rápidamente reemplazados por otros;
- responden a una demanda preexistente: se planifican para ser vendidos en diferentes sectores de mercado. Sobre la base de los documentos curriculares y ciertos parámetros comerciales, se definen los productos de cada año en función de la audiencia específica a la que se quiera llegar, la línea pedagógica y la ideología editorial que supone ciertos condicionamientos;



- el precio tiende al costo: en el caso de los libros de texto los precios se han mantenido relativamente estables por políticas estatales de control. No obstante, el impacto ha recaído en otros aspectos, como el estancamiento en los sueldos de los empleados.

El editor de libros de texto es un profesional especializado, que posee saberes relacionados con la materia con la que trabaja y también con el proceso de edición. Casi todos los editores entrevistados son expertos en su materia, es decir se trata de profesores o licenciados de Geografía, Lengua y Literatura, Biología, etcétera, que, generalmente en el trabajo mismo, aprendieron el oficio de la edición. Así vemos que la tendencia de las texteras es no trabajar con editores generalistas, como los recibidos en la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. En este punto, observamos que las políticas editoriales favorecen la contratación de profesionales expertos en la disciplina que editan, ya sea para el trabajo de planta o bajo la modalidad *free-lance*, pues, debido a las funciones que realizan deben tener experticia en su materia.

El editor del manual escolar tiene que coordinar un equipo de trabajo numeroso y realizar diferentes tipos de tareas (Tosi 2008), que pueden variar según cada editorial y proyecto específico, por ejemplo: colaborar con el diseño de las unidades modelo; confeccionar índices y cronogramas; organizar el trabajo del grupo de autores y otros colaboradores; controlar que los cronogramas se cumplan, encargar ilustraciones, fotos, mapas, etcétera y, además, claro, efectuar un seguimiento adecuado del libro, asegurar que el contenido sea correcto, que respete la línea editorial y el enfoque pedagógico requerido para cada serie. Además, el editor suele ajustar el original de autor a una maqueta compleja, compuesta por varias columnas y diversos recuadros o plaquetas, y que requiere la inclusión de una multiplicidad de imágenes. Para lograrlo, en algunas ocasiones tiene que armar epígrafes; rehacer aperturas; elaborar actividades; acortar o extender texto e, incluso, reescribir fragmentos enteros. Según los entrevistados, generalmente, el editor realiza los cambios en el texto, sin consultarle al autor<sup>7</sup>. Aunque, de acuerdo con lo que manifiestan, esto no es lo ideal, el tiempo limitado con el que cuenta el editor no siempre hace posible que pueda reenviarle el texto al autor para su reescritura o simplemente para que apruebe o no el cambio propuesto. En este punto registramos una transformación sustancial en la función del editor, pues es quien toma decisiones sobre el texto y su configuración final.

De esta forma, las nuevas políticas editoriales instalan un cambio en el proceso de edición tradicional (gráfico 1, propuesta de Getino 1995) y proponen una reformulación del circuito (gráfico 2, propuesta propia).

**Gráfico 1. Circuito de edición tradicional. Tomado de INTIS 1990 en Getino (1995).**

IDEA → AUTOR (derechos de autor) / original de autor → EDITOR → DISEÑADOR → MAQUETA

<sup>7</sup> Este aspecto puede variar según el autor. Si se trata de algún autor prestigioso, se le suelen consultar los cambios, pero estos casos son esporádicos. Todos los autores entrevistados aceptan que el editor realice cambios en el texto, pues consideran que el libro no es un fruto de su creación individual, sino que se trata de un producto editorial grupal. Además, piensan que los cambios son necesarios, porque la puesta en página y la asignación de coherencia entre los capítulos (escritos por diferentes profesionales) exigen transformaciones en el texto.



## **Gráfico 2. Reformulación del circuito. Proceso de edición en libros de texto actuales.**

IDEA → DEPARTAMENTO *MARKETING* - GERENCIA EDITORIAL →  
EDITOR + DISEÑADOR → MAQUETA → AUTOR (cesión de derechos) / original de autor

### **3. Conclusiones**

A partir del análisis desarrollado podemos destacar algunas consideraciones finales respecto de la edición de libros de texto en la Argentina.

En cuanto al autor, este se trata de un eslabón más en la cadena de edición. Así, confirmamos que existe un desplazamiento a un segundo plano y advertimos la transformación de su función en “redactor” que sigue las prescripciones dadas por el editor. Cada libro es producido por un equipo autoral, cuyos miembros muchas veces no se comunican entre sí ni ejercen el control sobre los cambios que se producen en el texto durante el proceso de edición.

En relación con el rol del editor, lo hemos caracterizado como clave y responsable principal del producto, junto con el coordinador editorial. Se trata generalmente de especialistas en la disciplina, que se encargan de plasmar los lineamientos requeridos por el departamento de Comercial y *Marketing* y las áreas jerárquicas, en función del enfoque pedagógico y el público en cuestión. Por ello, diseñan los índices, definen los contenidos a tratar página a página y arman la maqueta junto con los diseñadores. Además, cada editor tiene el control sobre los contenidos y puede modificar el texto (aperturas, paratextos, actividades y teoría), sin esperar la autorización del autor.

Finalmente, señalamos que a partir del actual programa político-económico, signado por la concentración y polarización de la industria editorial, las políticas de edición del libro de texto actuales se caracterizan por:

- una postura en el mercado de tipo liberal, que se adapta a los currículums oficiales pero no tienen ningún tipo de control estatal, se rige por la ley de oferta y demanda, y se posiciona a partir de la lucha empresarial;

- la producción de libros que tienden al polo comercial: las editoriales están atentas a las demandas, elaboran sus propios proyectos, se adecuan a las innovaciones tecnológicas, fijan precios bajos y grandes tiradas, de corta duración, destinadas a un público masivo y cautivo, como es el escolar.

De esta forma, las políticas editoriales actuales han transformado el circuito de edición tradicional y evidencian que el control respecto de la producción de los libros recae sobre la decisión de sus agentes editoriales. En efecto, ya no son libros de autor, sino libros de editor.

### **Bibliografía**

Alvarado, M. (1994). *Paratexto*, Buenos Aires, Enciclopedia Semiológica, Eudeba.



IX Congreso Argentino de Hispanistas  
"El Hispanismo ante el Bicentenario"



- Bourdieu, P. (2002) [1992]. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.
- Chartier, A. M. y J. Hebrard (1994). *Discursos sobre la lectura 1880\1980*, Barcelona, Gedisa.
- (2002). *La lectura de un siglo a otro. Discursos sobre la lectura 1880\1980*, Barcelona, Gedisa.
- Chopin, A. (1992). *Manuels Scolaires. Histoire et actualité*, Paris, Hachette.
- Cucuzza, H. y P. Pineau (comp.) (2002). *Para una historia de la enseñanza de la lectura y escritura en Argentina. Del catecismo colonial a La razón de mi vida*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- de Diego, J. (dir.) (2006). *Editores y políticas editoriales en Argentina. 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- de Sagastizábal, L. y F. Estévez Fros (comp.) (2002). *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós.
- Escolano Benito, A. (1996). "El libro escolar en la Restauración" y "El libro escolar en la segunda mitad del siglo XX". *La edición moderna. Siglos XIX y XX*, Madrid, Fundación G. S. Ruipérez.
- Fernández Reiris, A. (2005). *La importancia de ser llamado "libro de texto". Hegemonía y control del currículum en el aula*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- Getino, O. (1995). *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Colihue.
- Grinberg, S. (1995). "Algunas reflexiones acerca del uso del libro de texto en la escuela primaria". *Propuesta Educativa*, Buenos Aires, N° 12.
- (1997). "Texto y contexto en los libros escolares". *Segundo Seminario Internacional: Textos escolares en Iberoamérica. Avatares del pasado y tendencias actuales*, Quilmes, Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: <http://www.unq.edu.ar/>
- Johnsen, E. (1996). *Libros de texto en el calidoscopio. Estudio crítico de la literatura y la investigación sobre los textos escolares*, Barcelona, Ediciones Pomares-Corredor.
- Linares, M. C. (2007). "Las editoriales a fines del siglo XX y su impacto en los libros de lectura escolar". *Actas del VIII Congreso Iberoamericano de historia de la Educación Latinoamericana. Contactos, cruces y luchas en la historia de la educación latinoamericana*, Buenos Aires.
- Romero, L. y otros (2004). *La Argentina en la escuela. La idea de nación en los textos escolares*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Tosi, C. (2008). "La edición de libros de texto en la Argentina. Mercado, complejidad del proceso y especificidad de saberes". *Espacios de crítica y producción* Nro. 37, mayo: 70-75.