

Dossier: La industria del libro en la Argentina*

Ana Mosqueda

A pesar de que la compra de libros se ha visto afectada en forma directa por factores como el aumento de precios o los bajos ingresos, a partir de 2004 la industria del libro ha logrado recuperarse, lo que sin duda constituye un fenómeno alentador, tanto por sus implicaciones económicas como culturales. Las particularidades de este mercado sumamente complejo se analizan en este informe, realizado a partir de las investigaciones llevadas a cabo por diversos organismos y consultoras.

*Agradezco la entusiasta colaboración de Deborah Lapidus, responsable de Prensa y Gestión Editorial de la CAL, y de María Cecilia Moncalvo, coordinadora institucional del Programa de Foros Nacionales de Competitividad Industrial de las Cadenas Productivas, Subsecretaría de Industria (Secretaría de Industria, Comercio y PyME, Ministerio de Economía y Producción de la Nación).

INTRODUCCIÓN

La industria del libro forma parte de las industrias culturales. Según la define un informe del Centro de Estudios para la Producción –CEP–,¹ una industria es cultural cuando resulta “un instrumento potencial de expresiones artísticas, conocimiento, información e ideas”. Por su parte, la Unesco define a la industria cultural como aquel sector que combina la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son

intangibles y culturales por naturaleza. Estos contenidos, que pueden tomar la forma de bienes y servicios, están protegidos por los derechos de autor.

En general, las industrias culturales detentan un elevado capital simbólico que se genera a través del proceso de creación, el que a su vez define a la producción cultural como tal.² Esta característica es particularmente notoria en el caso del libro, pues éste es poseedor de ciertos rasgos que le confieren un carácter único. Como lo explica Alejandro Parada,³ “el libro es un objeto material en el que se asienta un discurso textual con un código lingüístico que el lector decodifica”, por lo que requiere contar obligatoriamente con un público alfabetizado. Asimismo, desde mucho antes de adquirir el formato que hoy conocemos, el libro ha sido un vehículo de difusión e intercambio de ideas entre espacios geográficos diversos. Pero, al mismo tiempo, por su índole singular, las posibilidades de intercambio como producto comercial fueron siempre limitadas y a esa razón se debe que en las últimas décadas haya logrado –en cierta medida– soslayar los efectos homogeneizadores de la globalización.

ALGUNOS CONCEPTOS ESCLARECEDORES

En primer lugar, es conveniente puntualizar que este informe no pretende abarcar todas las particularidades de un mercado ciertamente muy complejo, sino bosquejar, a través de los análisis y perspectivas de los últimos estudios realizados por distintos organismos y consultoras, un panorama que incentive a la reflexión acerca de determinados problemas de la industria del libro en la Argentina.

En segundo lugar, para entender cómo funciona hoy esta industria, es preciso conocer algunos datos globales. Según las estadísticas del Gobierno de la Ciudad,⁴ nuestro país cuenta con 38 millones de habitantes, de los cuales tres millones habitan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Una encuesta de alcance nacional realizada por la Secretaría de Medios de la Nación a fines de 2004 y divulgada en agosto de 2005⁵ arrojó algunos resultados interesantes con respecto al “consumo cultural” de libros por parte de los argentinos. El 52% afirmó no haber leído ningún libro durante ese año, mientras que los que sí lo hicieron leyeron un libro cada tres meses, es decir, un promedio de cuatro por año. El 28% consultó un libro o texto por Internet (en su mayoría, textos académicos) y tres de cada diez personas afirmaron concurrir a bibliotecas, pero solo el 3,7% con la intención de retirar libros; el resto asistió con el propósito de leer, consultar o fotocopiar.

1. “La industria del libro en Argentina”, estudio sectorial realizado en abril de 2005 por el Centro de Estudios para la Producción de la Secretaría de Industria, Comercio y PyME (Ministerio de Economía y Producción de la Nación) [en línea]. <http://www.industria.gov.ar/cep/industrial/2005/industria_libro.pdf> [Consulta: diciembre de 2005].

2. Getino (1995:17).

3. Parada (2005).

4. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Cuadro general de las Industrias Culturales (Argentina, período 1995-2004) [en línea]. Observatorio de Industrias Culturales. <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio/estadisticas.php?menu_id=6937>. [Consulta: diciembre de 2005].

5. Estudio realizado por el Sistema Nacional de Consumos Culturales, agosto de 2005 [en línea]. (Secretaría de Medios de Comunicación, Presidencia de la Nación). <<http://www.consumosculturales.gov.ar/sncc.htm>> [Consulta: diciembre de 2005].

Siendo la cantidad de lectores el eje sobre el cual se mueve la oferta de la industria, sería conveniente asimismo comparar los datos de la Secretaría de Medios con los que proporciona Eduardo Fianza, quien combina una investigación de 1998 en el área metropolitana con los datos de la Encuesta Nacional de Lectura de 2001.⁶ Según el sociólogo, el mercado de lectores puede fragmentarse en cinco segmentos:

1. Mercado cautivo de lectores (10%): es el sector de lectores y compradores relativamente intensivos de libros. Dentro de él, predominan las mujeres, los menores de 40 años y los individuos ubicados en los niveles económicosociales medio y alto;
2. Mercado cautivo de no lectores (5%): son los individuos más afectos a coleccionar libros que a leerlos. Tiene una composición similar al grupo anterior, pero con una mayor presencia relativa de personas de entre 40 y 60 años;
3. Mercado periférico: son los lectores y compradores no intensivos (20%). Presenta una distribución geográfica y etaria equilibrada, y mayor presencia relativa de mujeres y población de clase media;
4. Mercado potencial: formado por lectores que no compran libros (15%). En este grupo predomina relativamente la población femenina, mayor de 40 años, perteneciente en su gran mayoría a los niveles medio y bajo de la escala socioeconómica;
5. Mercado inaccesible: referido a un importante sector de la población (50%) que no lee ni compra libros. Los que lo integran parecen no interesarse por la lectura. En la composición de este segmento predomina relativamente la población masculina y el 55% pertenece al nivel socioeconómico bajo.

6. Fianza (2002:254ys). Los datos provienen de la "Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro" realizada por la consultora Catterberg y Asociados, a pedido del Ministerio de Educación de la Nación.

7. Diagnóstico FODA del subsector libro. Foro Nacional de Competitividad de Industrias de Base Cultural. Secretaría de Industria, Comercio y PyME. Informe final: 19 de diciembre de 2003 [en línea].
<http://www.industria.gov.ar/foros/base_cul/documentos/analisis_FODA.pdf> [Consulta: diciembre de 2005].

Como puede comprobarse rápidamente, el porcentaje de población que no lee (50%) es similar, tanto en el informe que presenta Fianza como en el más reciente de la Secretaría de Medios. Asimismo, el de 2001 revela que solo el 35% de la población lectora compra los libros que lee y que el acceso a los libros –dato también corroborado por la encuesta de la Secretaría de Medios– es mayoritario en los niveles socioeconómicos alto y medio.

Según el análisis FODA del Foro de Industrias de Base Cultural,⁷ la exclusión a la compra de libros de un amplio segmento de la población se fundamenta en el aumento de los precios y en la crítica situación de empleo e ingresos que afecta al país. El consumo de libros es extremadamente elástico a los cambios en los ingresos: cuando el poder adqui-

sitivo decae, el ingreso se destina a los productos de la canasta familiar y a bienes y servicios básicos. Sin embargo, si consideramos, como De Sagastizábal, que la valoración del precio del libro crece “de manera inversamente proporcional a la intensidad de lectura de las personas”,⁸ la conclusión es que el precio adquiere mayor importancia cuando es menor el hábito de lectura del público.

“Sin una población de lectores, las perspectivas de la industria editorial son sombrías”, señala el documento incluido en el plan de acción 2005-2007 para las industrias de base cultural.⁹ La población argentina cuenta con un alto nivel de educación formal –en comparación con la mayoría de los países de la región– y un bajo nivel de analfabetismo. No obstante, hay segmentos de la población que no están en condiciones de leer porque carecen de la fluidez y concentración necesarias; son, como lo manifiesta el documento, analfabetos funcionales respecto de la lectura. Por esto es necesario que desde el Estado se continúen impulsando políticas de promoción de la lectura, con el objetivo de generar a largo plazo hábitos de lectura. Es cierto que existen hoy diversos planes y campañas y que se ha hecho una gran inversión en la compra pública de libros de texto y literatura –seis millones de libros para 18.000 escuelas–, pero, para que den resultado, estas políticas deben sostenerse en el tiempo. Por otro lado, desde los ámbitos educativos debe alentarse el uso del libro, puesto que es la práctica tan habitual de fotocopiar material de estudio la que perjudica desde hace tiempo a las editoriales de libros de textos escolares y universitarios.¹⁰ A pesar de que existe una ley que la reprime, la reprografía ilegal se produce debido a una absoluta falta de controles, en especial dentro de los centros educativos.¹¹ En las facultades y sus alrededores, comerciantes privados y centros de estudiantes han convertido la práctica de la fotocopia en un hecho normal. No obstante, se debe tomar conciencia de que la bien llamada “cultura de la fotocopia” dista de ser un acto que a nadie lesiona: constituye un delito justamente porque significa aprovecharse de manera ilegítima del trabajo ajeno, no solo el de las editoriales, sino también el de los autores y empresas gráficas. Además, la reprografía editorial empobrece la cultura, dado que el uso de la fotocopia desalienta la producción y fuerza a producir tiradas cada vez más pequeñas; consecuentemente, hace cada vez más caros y escasos los libros. Una experiencia muy positiva para controlar este fenómeno creciente ha sido la creación del Centro de Administración de Derechos Reprográficos (CADRA), una asociación civil integrada por editores de libros y otras publicaciones que representa y defiende de manera colectiva los derechos de propiedad intelectual de sus miembros.

8. De Sagastizábal (2002:185-186).

9. Plan de acción 2005-2007 para las industrias de base cultural. Foro Nacional de Competitividad de Industrias de Base Cultural. Secretaría de Industria, Comercio y PyME [en línea]. <http://www.industria.gov.ar/foros/base_cul/documentos/plan_accion_2005-2007.pdf> [Consulta: diciembre de 2005].

10. Según Marcela Isaías, en su nota del 23 de julio de 2005 (Diario *La Capital*, Rosario), el 98,4% de los alumnos universitarios estudia con fotocopias.

11. “Complejo Editorial. Subsector libro. Aspectos legales, fiscales y políticas públicas”. Foro Nacional de Competitividad de las Industrias de Base Cultural, 1 de julio de 2004. Resumen de reunión [en línea]. http://www.industria.gov.ar/foros/base_cul/g_libro/documentos/Minuta_01_07_2004.pdf [Consulta: diciembre de 2005]

CARACTERÍSTICAS Y SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA

A partir del testimonio de los propios integrantes de la industria, es posible afirmar que el negocio del libro es de bajo margen (sus barreras de acceso son relativamente bajas) pero de alto riesgo, pues no conlleva ninguna garantía de éxito comercial. Esto se debe a diversos factores: por un lado, dada la amplísima diferenciación de productos, hay pocas posibilidades de hacer “testeos” previos al lanzamiento del producto y de realizar grandes gastos publicitarios en función de una edición única; por otro lado, no existe el valor de “marca”: el contenido y el autor son los principales determinantes en la decisión de compra del lector.

Algunas debilidades destacables del sector son, por ejemplo, la dificultad de los autores nacionales noveles de publicar sus obras en editoriales nacionales debido al escaso margen para hacer apuestas riesgosas; el alto endeudamiento de editoriales y distribuidoras con el exterior, debido, fundamentalmente, a la importación de libros e impresos durante los años de la convertibilidad; la escasez de papel editorial y las dificultades para su importación; la ausencia de estímulos por parte del Estado para la modernización tecnológica; la asimetría fiscal en el régimen del IVA para el libro, ya que las editoriales están exentas del impuesto en la venta al público, pero no en los bienes y servicios que adquieren.

Por otra parte, la alta sensibilidad de la población lectora y consumidora respecto del precio de tapa, de la que se habló anteriormente, entorpece la posibilidad de que las editoriales asuman mayores costos, ya que éstos no podrían trasladarse al precio de venta al público. Asimismo, esta realidad hizo que muchas editoriales realizaran un ajuste de personal y que, consecuentemente, recayera más trabajo sobre el personal existente, perjudicando de esta manera el cuidado y calidad de las ediciones. En este sentido, los profesionales de la edición han sufrido sobrecargas laborales y recortes de sueldo o empeoramiento de las condiciones de trabajo que en definitiva afectan la calidad editorial. Basten como ejemplo dos de estas situaciones:

- Traductores: el pago por sus servicios se ha reducido notoriamente, lo que atenta contra la calidad de las traducciones. También es común que las editoriales contraten a personas que dominan un idioma pero carecen del título profesional de traductor, o que evadan el pago de derechos cuando la obra es reeditada o reimpressa, o sus derechos de publicación son vendidos a una editorial extranjera. A raíz de estas arbitrariedades, hoy en todo el mundo los traductores están bregando

por cobrar un derecho semejante al derecho de autor, es decir, un porcentaje sobre los libros vendidos en lugar de honorarios por el trabajo realizado. Por otro lado, un fallo reciente de la Corte Suprema de Austria ratificó los derechos de los traductores de ser reconocidos como los autores de los textos que producen. El fallo considera ilegal citar traducciones literarias sin mencionar al traductor.

- Editores y correctores: se escatiman recursos para el *editing* y la corrección de estilo; a menudo se encargan estos trabajos a empleados de la propia editorial o bien se contrata personal externo que no tiene las competencias necesarias para estas tareas.

Por otro lado, la coexistencia de dos cámaras –la Cámara Argentina del Libro y la Cámara Argentina de Publicaciones–, que cuentan con distintos perfiles pero comparten gran parte de sus objetivos, resta al sector editorial poder de negociación frente al Estado y limita la promoción de acciones conjuntas para posicionarse en los mercados externos. Algunas de las razones de la fragmentación del sector deben buscarse en la composición del rubro editorial, desde el punto de vista de la cantidad y procedencia de las editoriales. Según datos de la CAL, proporcionados en febrero de 2006, hay en nuestro país 300 editoriales constituidas como tales; pero si se consideran los distintos sellos editoriales y las instituciones de otro tipo que registraron el ISBN (*International Standard Book Number*) por sus publicaciones –como universidades, fundaciones, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, etc.–, el número se eleva a más de mil. Otra franja para tener en cuenta es la de las “ediciones de autor”. El nombre hace referencia tanto a aquellos libros publicados directamente por los autores (autor-editor) como a aquellos que son editados bajo un sello que le cobra al autor por la edición, difusión y distribución de su obra. Esta franja constituye un poco más del 9% de la producción total de libros.

Como puede verse en el siguiente cuadro, el crecimiento en los registros de ISBN se produjo entre las empresas no editoriales:

Cuadro 1. Editoriales que registraron el ISBN

Registros	2004	2005	% Diferencia
Editoriales	1.230	1.022	16,91%
Otras empresas	689	1.025	48,77%
Total	3.923	4.052	3,29%

Fuente: Cámara Argentina del Libro – Agencia Argentina del ISBN.

De las empresas editoriales propiamente dichas, el 61,8% está radicado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el 17,3% en la provincia de Buenos Aires y el 20,8% en el resto del país. Según el informe CEP, estas editoriales se dividen en dos grupos:

1. Un grupo mayoritario, formado por empresas pequeñas, nacionales y extranjeras;
2. Un grupo reducido de empresas grandes, en su mayoría transnacionales.

A través de una encuesta realizada a 43 empresas de la CAL y la CAP entre diciembre de 2004 y enero de 2005, el CEP dio a conocer que un 86% de las editoriales encuestadas factura menos de diez millones de pesos, mientras que solo el 14% supera ese monto.

En términos de personal, el 70% tiene menos de diez trabajadores y el 2,4% emplea a más de cien personas. Como puede deducirse, el grupo minoritario es el que posee la mayor porción del mercado, por ser el que más publica —45% de los títulos publicados— y factura.

UN PANORAMA ALENTADOR

A pesar del contexto aún desfavorable, a partir de 2004 la actividad se recuperó: el 90,5% de las empresas encuestadas por el CEP manifestó haber aumentado la producción de libros en el período 2004-2005. Nuevamente, según los datos de la CAL, basados en los registros procesados en la Agencia Argentina del ISBN, la cantidad de novedades editoriales publicadas se incrementó un 5,5% respecto de 2004:

Cuadro 2. Novedades editoriales:

títulos registrados en los años 2004-2005

2004	16.901
2005	17.825

Fuente: Cámara Argentina del Libro – Agencia Argentina del ISBN.

Con respecto al número de ejemplares producidos, la cifra de las novedades se incrementó en un 23%. El aumento, muy superior al de años anteriores, se explica en razón del crecimiento de las ediciones que acompañan las publicaciones periódicas.

Por otra parte, la cantidad promedio de las tiradas fue de 1.000 ejemplares; sólo algo más del 10% de los títulos publicados se imprimieron

en escalas superiores a las 5.000 unidades. Esta tendencia no es característica del mercado argentino sino que obedece a una tendencia mundial, que es la de diversificar la cantidad de títulos reduciendo la tirada, con el objetivo de atender a una demanda cada vez más fragmentada.

Otro dato favorable es que el 98% de los títulos publicados han sido impresos en la Argentina; esta cifra muestra que se ha revertido la práctica anterior a 2001 de imprimir en países como Brasil, Colombia o Chile.

Si nos referimos al soporte de publicación, la amenaza que a principios de este nuevo siglo se cernía sobre el libro en formato papel está todavía muy lejos de cumplirse: más del 95,9% de los libros se siguen editando en el formato tradicional, mientras que los títulos publicados en CD-Rom representan algo más del 2%. Este soporte se está utilizando, en forma paulatina, para la edición de obras de referencia.

En lo que se refiere a la producción por géneros, más del 10% de los títulos publicados corresponden a la narrativa, en tanto que la literatura infantil y juvenil abarca un 6%. Considerado este último como un “género en constante crecimiento”,¹² existen varios factores que han incidido en estos resultados, entre ellos la calidad de los autores, ilustradores, diseñadores gráficos y traductores que intervienen en la edición de este tipo de libros y la permanente difusión que realizan no solo las editoriales, sino también diversas instituciones públicas y privadas.

Asimismo, se ha incrementado la importación de libros: según la información suministrada por el vicepresidente segundo de la CAL, Gustavo Canevaro, el crecimiento de los primeros siete meses de 2005 (enero-julio) fue del 24%, con respecto a 2004, y del 191%, con respecto a 2003:

Cuadro 3. Crecimiento de la importación de libros

Año	Porcentaje	Porcentaje
	s/ año 2003	s/ año 2004
2003		
2004	99%	
2005 (período enero-julio)	191%	24%

Fuente: Cámara Argentina del Libro – Agencia Argentina del ISBN.

12. Así lo destaca Oscar González, vicepresidente del Comité de Organización de la Feria del Libro Infantil y Juvenil, en un comunicado de la CAL de agosto de 2005.

El primer país en el ranking de importaciones fue España y el segundo, los Estados Unidos. En cuanto a las exportaciones, las cifras también se incrementaron respecto de los años anteriores:

Cuadro 4. Crecimiento de la exportación de libros

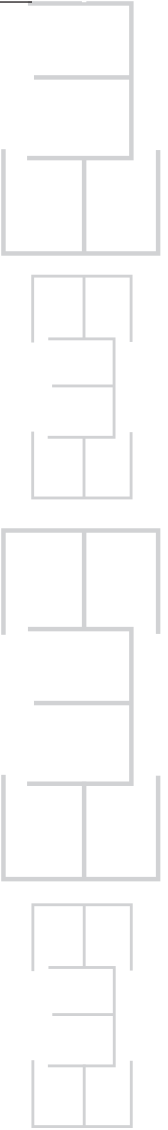
Año	Porcentaje	
	s/ año 2003	s/ año 2004
2003		
2004	18%	
2005 (período enero-julio)	26%	21%

Fuente: Cámara Argentina del Libro – Agencia Argentina del ISBN.

Cuadro 5. Principales destinos de las exportaciones

País	% de participación
México	25,37%
Chile	11,89%
España	9,92%
Uruguay	8,08%
Brasil	6,43%
Perú	5,64%
Venezuela	5,41%
Colombia	5,23%
Ecuador	3,94%
Estados Unidos	3,69%
Bolivia	3,48%
Puerto Rico	2,09%
Paraguay	1,82%
Costa Rica	0,95%
Guatemala	0,89%
El Salvador	0,86%
Panamá	0,70%
República Dominicana	0,67%

Fuente: Cámara Argentina del Libro – Agencia Argentina del ISBN.



Como se observa en el cuadro anterior, México ocupa el primer puesto en el ranking de países compradores de libros argentinos. Según Canevaro, existe en México un gran interés por adquirir libros jurídicos de nuestro país. Por otra parte, también asegura que en España el posicionamiento del libro argentino sigue siendo bajo, a pesar de los esfuerzos de nuestras editoriales por abrirse paso en un mercado en constante expansión.

Una forma eficaz de promocionar las exportaciones, puesto que permite tomar contacto en forma directa con potenciales compradores, es la asistencia a ferias internacionales. A fines de 2005, por ejemplo, 60 editoriales argentinas concurren a la Feria del Libro de Guadalajara. En muchos casos, la fundación Export.Ar y la CAL brindan ayuda, a través de subsidios y aportes de empresas privadas, para la participación en las ferias.

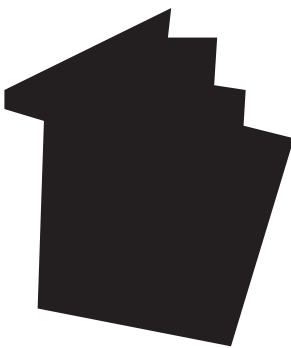
Con respecto a otras acciones propuestas desde distintos ámbitos para promover el crecimiento del sector editorial, es importante destacar la implementación, por parte del Foro Nacional de Industrias de Base Cultural, de un sistema de financiamiento para la compra de papel, que beneficiaría a entre 30 y 50 editoriales PyMEs. Por otro lado, el Plan de acción 2005-2006, organizado de acuerdo con las prioridades de todos los sectores que componen la cadena de las industrias de base cultural, propone una serie de medidas de corto y mediano plazo dirigidas al sector editorial, entre las que se destacan la de disminuir la carga fiscal de la industria –por la asimetría en relación con el Impuesto al Valor Agregado– al permitir descargar el IVA contra el Impuesto a las Ganancias; desarrollar los perfiles profesionales y técnicos para la industria del libro (comenzando por el sector gráfico y librero); promover la creación de una distribuidora internacional del libro, los derechos de autor y los servicios editoriales de las PyMEs, con sede en España; subsidiar la certificación de calidad, los estudios de mercado, el *e-commerce* y el desarrollo de nuevos productos y servicios. Si las medidas se implementan (y para ello sería necesario que además de las valiosas investigaciones llevadas a cabo por el Foro se creara, como proyecta, un Comité de Gestión y Seguimiento del sector), el crecimiento del mercado de libros sería genuino, dado que cuenta con numerosas fortalezas y oportunidades. Además de las que se fueron mencionando a lo largo del artículo, el análisis FODA del Foro menciona, entre otras, las siguientes:

- Desde 2001 rige la ley de defensa de la actividad librera, que establece que todas las bocas de venta deberán respetar el PVP establecido por el editor. El objeto de esta ley es proteger a las librerías pequeñas de la competencia con las grandes superficies, dado que, al no depender de la venta de libros, éstas podían realizar descuentos que atentaban contra la supervivencia de las pequeñas y medianas librerías;
- Desde los comienzos de la industria editorial en nuestro país, existe un alto nivel de calidad de los profesionales y técnicos, que se continúa hoy con una importante oferta de capacitación representada –en primer lugar– por la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires;
- A pesar de las dificultades, el “diseño argentino” es reconocido como marca en gran parte del mundo;
- La Feria del Libro que se realiza anualmente en Buenos Aires –en la que no solo exponen editoriales sino también varias librerías– ha

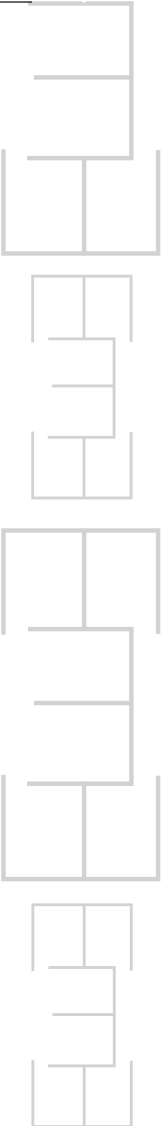
logrado obtener un importantísimo reconocimiento entre editores nacionales y extranjeros, además de concentrar una parte importante de las ventas minoristas anuales de libros;

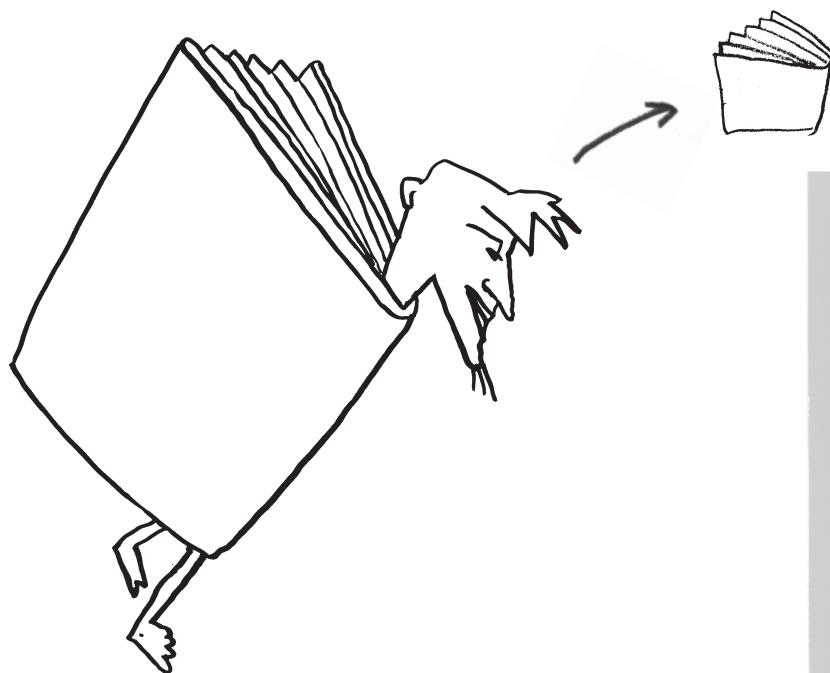
- La recuperación parcial de los salarios y la estabilidad macroeconómica impulsan el crecimiento del mercado interno del libro;
- La CAL ha implementado un portal del libro argentino –Libros.ar– que permite consultar acerca de los títulos registrados con el ISBN. A través del portal es posible obtener información, registrar libros en línea y mantener actualizada la oferta editorial.

En conclusión, como puede apreciarse a través de este esbozo, a pesar de las dificultades y de las complejidades propias de la industria, el panorama es alentador. Existen hoy muchas deficiencias pero son susceptibles de ser corregidas; al mismo tiempo hay grandes oportunidades que deben ser aprovechadas. Sin embargo, para convertir las debilidades en coyunturas favorables es necesario, por un lado, profundizar en la investigación del mercado y analizar en detalle sus obstáculos, pero, por otro, es absolutamente imprescindible unir los esfuerzos, si se aspira a reconstruir una industria tan pujante y eficiente como la que supimos tener hace no más de cuarenta años.



Ana Mosqueda es licenciada en Letras y editora (UBA). Es Ayudante de Primera de la cátedra de Corrección de Estilo (UBA) e integrante del proyecto UBACYT F127 “Análisis de los aspectos microdiscursivos del discurso académico. Aplicación a la comprensión, producción y corrección de textos específicos”, dirigido por la Dra. María Marta García Negroni.





Referencias bibliográficas

De Sagastizábal, Leandro (2002) "El libro, entre la oferta y la demanda". En: De Sagastizábal, Leandro y Fernando Estevez Fros, (eds.) *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós, pp. 179-203.

Fidanza, Eduardo (2002) "¿Quién es el lector". En: De Sagastizábal, Leandro y Fernando Estevez Fros, (eds.) *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós, pp. 233-263.

Getino, Octavio (1995) *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Colihue.

Parada, Alejandro (2005) "La nueva historia del libro y de la lectura: el contexto internacional y la perspectiva argentina" (conferencia), 21 de octubre de 2005, Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Departamento de Edición.



| 4 | CULTURA ESCRITA

LABYRINTHUS
+ HIC HABITAT

