



Costo

Comunidad UNAM: \$2,100.00

Público en general: \$2,500.00

Responsable académico:

Dra. Isabel Galina Russell (IIB-UNAM)

Más información y proceso de inscripción en:

[www.iib.unam.mx](http://www.iib.unam.mx)

Cupo mínimo: 15 personas

Informes e inscripciones: Departamento de Difusión Cultural del IIB  
Centro Cultural Universitario, Coyoacán, Cd. Mx., México  
56226827, [educacioncontinuaiib@unam.mx](mailto:educacioncontinuaiib@unam.mx), [www.iib.unam.mx](http://www.iib.unam.mx)



Diseño: Teresa Cervantes García

Universidad Nacional Autónoma de México  
Instituto de Investigaciones Bibliográficas  
Biblioteca Nacional - Hemeroteca Nacional

CURSO

# LA INDUSTRIA DEL LIBRO EN LA ERA DIGITAL (21 HORAS)

Impartido por

Dr. Fernando Cruz Quintana  
(estancia posdoctoral, IIB-UNAM)

del 9 de enero al 19 de febrero de 2019  
todos los martes, de 17:00 a 20:00 horas  
Sala de Videoconferencias de la HNM

## PROGRAMA

### Objetivo general:

Mostrar un panorama general de la conformación de la industria del libro en el contexto de la era digital, basado en los conceptos analíticos de Producción, Comercialización y Consumo de libros, retomados de la economía política de información, la comunicación y la cultura y obtener un acercamiento al tema de la Preservación de libros digitales.

### Objetivos particulares:

- Conocer cómo la industria del libro ha aprovechado las tecnologías digitales en sus distintas etapas laborales con ejemplos concretos.
- Reflexionar y dialogar sobre el escenario editorial mexicano y su relación con las tecnologías digitales.
- Brindar una perspectiva amplia que permita entender al libro en toda su complejidad y en tanto producto cultural.

### Dirigido a:

Estudiantes de licenciatura o posgrado, editores y público en general interesados en el análisis de la industria del libro y la cultura.

**Fechas:** del 9 de enero al 19 de febrero de 2018, martes y jueves de 17:00 a 20:00 horas.

**Duración:** 21 horas (repartidas en 7 sesiones).

**Lugar:** Sala de Videoconferencias, cuarto piso de la Hemeroteca Nacional de México.

**Requisitos de ingreso:** Ser estudiante de licenciatura o tener estudios equivalentes o superiores.

**Requisitos de egreso:** Contar con un mínimo de 80% de asistencia y participación en las dos exposiciones grupales marcadas en el programa del curso. Se otorgará constancia de asistencia.

**Requisitos de permanencia:** Lectura previa por parte de los alumnos de algunos textos o la revisión de algunos ejemplos de productos culturales. Durante dos de las sesiones del curso, los alumnos expondrán ejemplos destacados de productos digitales editoriales y de modelos de negocio digitales del libro.

### Temario

#### Sesión 1 Industrias culturales e Industria del libro

- Los bienes culturales y el libro como producto cultural
- La labor industrial
- Concentración empresarial en el mundo del libro
- Diferentes tipos de editoriales

#### Sesión 2 Producción de libros

- Distintas labores productivas en torno al libro
- Impresos y digitales

#### Sesión 3 Producción de libros

- Diferentes formatos de libros digitales
- Aplicaciones literarias para dispositivos "inteligentes"

**Actividad:** Exposición y análisis de algunos ejemplos destacados de libros digitales

#### Sesión 4 Comercialización (distribución y mercadotecnia)

- Empresas y modelos de distribución de impresos
- Plataformas para la venta de impresos y digitales

#### Sesión 5 Comercialización (ejemplos mercadotecnia)

- Nuevos modelos digitales de negocio para la industria
- Actividad: Exposición y análisis de algunos ejemplos destacados de modelos de negocio digital para libros

#### Sesión 6 Consumo de libros digitales (lectura)

- Lectura digital
- Dispositivos de lectura digital

#### Sesión 7 Preservación de libros digitales

- La experiencia internacional
- El caso de México

#### Bibliografía sugerida:

- ANVERRE, Ari, et al. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, México: FCE/Unesco.
- BENJAMIN, Walter (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Ítaca.
- BHASKAR, Michael (2014). *La máquina de contenido*. 1era edición en español. México: Fondo de Cultura Económica.
- BERRY, David M. (2014). *Critical Theory and the digital*. Estados Unidos: Bloomsbury.
- BOLAÑO, César; Mastrini, Guillermo; y Sierra, Francisco (eds.) (2005). *Economía Política Comunicación y conocimiento*. Argentina: La Crujía.
- CELAYA, Javier y Rodeja i Gilbert, Teia (2011). *Indústria editorial 2.0: tendències, oportunitats i reptes davant la digitalització del llibre*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació.
- CELAYA, Javier; Rojas, María Jesús; Vázquez, José Antonio y Yuste, Elisa (2014). *Nuevos modelos de negocio en la era digital*. [Publicación digital realizada a partir de un estudio realizado para el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)] España: Dosdoce.com

- COPE, Bill y Philips, Angus (eds.) (2006). *The future of the book in the digital age*. Gran Bretaña: Chandos Publishing.
- CROVI DRUETTA, Delia (coord.) (2013). *Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate*. México: UNAM/ Productora de contenidos culturales Sagahón Repoll.
- ESCOLARI, Carlos (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones. [E-book]
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1992). "Los estudios sobre comunicación y consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores.", en *Diálogos de comunicación* N° 32, Marzo 1992, p 2. Consultada el 10/09/14 en el siguiente enlace electrónico: [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/3202NestorGarcia.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/3202NestorGarcia.pdf).
- GARCÍA PÉREZ, José Francisco (2013). *Derechos de autor en internet*. México: UNAM, Coordinación de Estudios de Posgrado.
- GARNHAM, Nicholas (1990). *Capitalism and communication. Global culture and the economics of information*, Londres: Sage.
- GIL, Manuel y Rodríguez, Joaquín (2011). *El paradigma digital y sostenible del libro*. España: Trama editorial.
- GÓMEZ-ESCALONILLA, Gloria (2003). "Libro y entorno digital: un encuentro de futuro." en Enrique Bustamante (coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Las industrias culturales en la era digital. España: Gedisa, pp. 39-56.
- JENKINS, Henry (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MATSURA, Koitchiro (2001). "Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural", reproducida en *Estudios Cinematográficos*, año 11, núm. 29, pp. 91-93.
- MIEGE, Bernard. (2006). "La concentración en las industrias culturales mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos", en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. II, pp. 155-166.
- MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos (2008). "Cambios institucionales en las industrias culturales. Hacia una economía directa o reticular." Barcelona: Portal de la Comunicación.
- MOSCO, Vincent (2006). "La economía política de la comunicación:

una actualización diez años después”, en *Cuadernos de Información y comunicación*, vol. 11, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, pp. 57-79.

\_\_\_\_\_ (1996). *The political economy of communication*. Londres: SAGE.

NAPOLI, Philip M. (2009). “Media Economics and the Study of Media Industries” en Holt, Jenifer y Perren, Alisa (eds.). *Media Industries: History, Theory and Method*. Estados Unidos: Wiley Blackwell.

PEITZ, Martin y Waldfoegel, Joel (eds.) (2012). *The handbook of the digital economy*. Inglaterra: Oxford University Press. [versión e-book para Ipad]

RÜDIGER WISCHENBART CONTENT AND CONSULTING (2015). *Tendencias globales en el sector editorial 2014*. Alemania. [Traducido al español por Dosdoce.com]

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique y Gómez García, Rodrigo (2009). “La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación”, en Vega Montiel, Aimée. *La comunicación en México una Agenda de Investigación*, México: CEIICH-UNAM, pp. 53-68.

THOMPSON, John B. (2010). *Merchants of culture: The publishing business in the Twenty-First Century*. Reino Unido: Polity Press.

TOUSSAINT, Florence (2013). “Evolución de las industrias de la cultura (1980-2010)”, en Covi Druetta, Delia (coord.) (2013). *Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate*. México: UNAM/ Productora de contenidos culturales Sagahón Repoll. pp. 41-60.

WASKO, Janet; Murdock, Graham y Sousa, Helena (eds.) (2011). *The handbook of political economy of communications*. Reino Unido: Blackwell publishing.

ZALLO, Ramón (1988). *Economía de la comunicación y la Cultura*. Madrid: Akal.

\_\_\_\_\_ (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Donstia (Gipuzkoa), España: Tercera prensa.

## Semblanza curricular

Fernando Cruz Quintana es Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPYS), UNAM. Actualmente realiza la investigación posdoctoral “El libro digital en México. Índice nacional” en el Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM.

Sus líneas de investigación son las industrias culturales, la industria editorial, la industria cinematográfica mexicana y los contenidos literarios y cinematográficos.

Es autor de diversos capítulos en libros y artículos científicos y de divulgación. Sobre cine, ha publicado en la revista *Relatos e Historias en México*, la *Revista Mexicana de Comunicación* y la revista *Montajes* del Seminario de Análisis Cinematográfico del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM. Sobre temas editoriales ha colaborado con la revista *Tema y variaciones de literatura* de la Universidad Autónoma Metropolitana.

Ha presentado ponencias a nivel nacional e internacional sobre la industria de cine en México, y la industria editorial en la era digital. Actualmente es profesor de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNAM.