



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD XOCHIMILCO		DIVISION CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO		1/ 9
NOMBRE DEL PLAN MAESTRIA EN DISEÑO Y PRODUCCION EDITORIAL				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	CREDITOS	35	
340628	INVESTIGACION Y ANALISIS	TIPO	OBL.	
H. TEOR. 14.0	SERIACION	TRIM.	I	
H. PRAC. 7.0				

OBJETIVO (S) :

OBJETIVO GENERAL:

Al final del curso el alumno integrará un panorama de la actividad editorial, y aplicará conceptos y técnicas para investigar y conceptualizar necesidades sociales y culturales a las que se pueda dar respuesta mediante procesos y productos editoriales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Que al final del curso el alumno sea capaz de:

- I. Establecer un lenguaje común con los demás alumnos, que facilite el diálogo fluido entre las disciplinas que intervienen en los procesos y productos editoriales.
- II. Explicar la historia de los procesos y productos editoriales, lo que le permitirá analizar hacia dónde evolucionan a futuro, enriqueciendo su colección de referentes con la tradición de la cultura escrita, la edición, la organización lógica, textual y visual, y la presencia sensible de los discursos escritos, las tecnologías, la comercialización, la recepción, la lectura, y los usos sociales de la escritura.
- III. Iniciar su proceso de investigación y desarrollo, lo que le permitirá un planteamiento más apropiado de la delimitación espacial, temporal y conceptual del problema, y de las preguntas de investigación o las premisas de intervención.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

IV. Aplicar los conceptos y herramientas fundamentales para comprender y organizar mejor lo que lee, y para hacer reseñas, síntesis y análisis críticos de diversos tipos de textos y fuentes de información.

V. Aplicar los conceptos y técnicas de investigación en el estudio de los receptores, los públicos, los mercados y la apropiación de los objetos editoriales.

VI. Comprender los conceptos y procesos fundamentales del scouting editorial, la agencia literaria, la sindicación, el funcionamiento de comités editoriales y en general de los procesos de selección, evaluación, arbitraje, dictaminación y adquisición de textos e imágenes.

VII. Aplicar los conceptos fundamentales de redacción y administración de proyectos, de acuerdo con la licenciatura de origen de cada alumno.

OBJETO DE TRANSFORMACIÓN:

La diversidad de disciplinas y visiones acerca de lo editorial, el lector y su marco de recepción, los mercados y productos editoriales, y los tópicos que los definen, para el análisis de situaciones comunicativas específicas en el campo social de la industria editorial.

PROBLEMA EJE:

Comprender objetivamente a los receptores y sus esquemas de pensamiento, lo que se espera de un proceso o producto editorial, su evolución y la viabilidad de una intención comunicativa.

OBJETIVO DE PROCESO:

Iniciar las exploraciones preliminares de su proceso de investigación y desarrollo. Enfrentar una situación comunicativa indeterminada y reducir la incertidumbre para la planeación editorial, mediante la aplicación apropiada de conceptos y herramientas para analizar sincrónica y diacrónicamente a los receptores, los emisores, los discursos y los objetos que los representan.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Seminario eje: origen, arraigo y evolución de los procesos y productos editoriales en la cultura contemporánea; tradición y cambio en la comunicación verbal y visual; conceptos y métodos de la retórica, la



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 3069309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

- semiótica y otras disciplinas que explican la relación entre las palabras y las imágenes; discusión y análisis de ejemplos concretos.
2. Seminario de investigación: panorama de los diversos agentes de la actividad editorial, para la exploración preliminar del proceso de investigación y desarrollo, así como el apropiado planteamiento del problema y las preguntas de investigación o premisas de intervención de la ICR.
 3. Lectura y análisis de información: comprensión de lectura; estrategias para analizar, criticar, reseñar y sintetizar un texto; razonamiento inductivo y deductivo en el análisis de la información y sus formas de organización; análisis literal, interpretativo, crítico, argumentativo y con extensión a varios textos.
 4. Historia de los procesos y productos editoriales: historia cultural de la escritura, la edición, el diseño, la tipografía, las tecnologías de información, la recepción, la apropiación y los usos sociales pasados, presentes y futuros.
 5. Investigación de auditorios y mercados: conceptos y métodos, cuantitativos y cualitativos, aplicables al estudio de los receptores, los públicos, los mercados, la apropiación de los objetos y el comportamiento lector. Fundamentos de la investigación estadística, documental, muestreo, cuestionario, entrevista, métodos etnográficos, contextuales y de observación, pruebas de usabilidad, técnicas participativas y talleres, y el rol de la descripción visual a través del dibujo, el collage, los modelos, la fotografía y los diagramas.
 6. Adquisición y selección de contenidos: scouting editorial, agentes literarios, originales no solicitados, obras por encargo, investigación bibliohemerográfica e iconográfica, traducción, bancos de imágenes, briefings; funcionamiento de comités editoriales, selección, arbitraje, evaluación y dictaminación de textos e imágenes.
 7. Fundamentos de redacción: ortografía, elementos de gramática, sintaxis y principales géneros del texto.
 8. Fundamentos de administración de proyectos: elementos de planeación, organización, ejecución y evaluación de proyectos.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

Esta UEA se podrá operar de manera presencial, semipresencial o a distancia, con lecturas y trabajo de investigación a cargo del alumno.

El eje de la UEA será el seminario de investigación y análisis de procesos y productos editoriales, con cursos de apoyo sobre lectura y análisis de información, historia de los procesos y productos editoriales, investigación



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

de auditorios y mercados, adquisición y selección de textos e imágenes, fundamentos de redacción, fundamentos de administración de proyectos y el seminario de investigación.

El seminario eje estará enfocado principalmente a la discusión de conceptos teóricos fundamentales y al análisis de ejemplos concretos de su aplicabilidad en casos particulares, con énfasis en el pensamiento y la acción analíticos.

Los cursos de apoyo podrán operar simultáneamente o no, durar sólo una parte del trimestre; su labor se centrará en los conceptos y herramientas que cada uno plantea, orientados a su aplicación en el seminario eje, que es el único curso que puede involucrar al alumno en proyectos reales o simulados para poner en práctica las técnicas y conceptos adquiridos, y en el seminario de investigación, donde se brindará asesoría colectiva e individual al alumno en el desarrollo de su Idónea Comunicación de Resultados.

MODALIDADES DE EVALUACION:

- a) Participación en clases y trabajos del seminario eje 40% de la evaluación.
- b) Participación en clases y trabajos de los cursos de apoyo y del seminario de investigación 50%, siempre que se demuestre capacidad para aplicar y relacionar entre sí los conceptos adquiridos en los cursos de apoyo, y éstos con los del seminario.
- c) Réplica 10% de la evaluación.

Para aprobar la unidad de enseñanza-aprendizaje será indispensable tener una evaluación aprobatoria en todos los seminarios y cursos de apoyo, demostrando la capacidad de relacionar y aplicar todos los conceptos, y un avance significativo en el desarrollo de la ICR.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

ADLER, M. J., y C. VAN DOREN (2000). Cómo leer un libro. Una guía clásica para mejorar la lectura. México: Plaza & Janés/Debate.

ALCALÁ, A. (1984). El concepto de corrección y prestigio lingüísticos. México: Trillas.

ALONSO, M. (1998). Ciencia del lenguaje y arte del estilo I y II. México: Aguilar.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

ARDILA, R., y R. URIBE (2003). Metodología para la realización de estudios estadísticos del libro. Bogotá: Cerlalc/UNESCO/Grupo Interamericano de Editores.

BASULTO, H. (1987). Curso de redacción dinámica. México: Trillas.

BAVERSTOCK, A. (1993). Are Books Different? Marketing in the Book Trade. Londres: Kogan Page-BHTC.

BLAXTER, L., C. HUGHES y M. TIGHT (2000). Cómo se hace una investigación. Barcelona: Gedisa.

BOOK HOUSE TRAINING CENTRE (1992). Manual de administración editorial. Madrid: FGSR-Pirámide.

CARLINO, P. (2007). Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: FCE.

CASSANY, D. (1989). Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir. Barcelona: Paidós.

CAVALLO, G., y R. CHARTIER (1998). Historia de la lectura en el mundo occidental. Madrid: Taurus.

CHAMOUN, Y. (2002). Administración profesional de proyectos. La guía. México: McGraw-Hill.

COBO, J. G. (2000). Historia de las empresas editoriales en América Latina. Siglo XX. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

COHEN, S. (1994). Redacción sin dolor. México: Planeta.

— (2000). Cuaderno de ejercicios prácticos de redacción sin dolor. México: Planeta.

CREME, P., y M. R. LEA (2003). Escribir en la universidad. Barcelona: Gedisa.

FEBVRE, L., y H.-J. MARTIN (2005). La aparición del libro. México: Librería/FCE.

GIDO, J., y J. CLEMENTS (2003). Administración exitosa de proyectos. México: Thomson.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

GOLANÓ, C., y R. FLORES GUERRERO (2002). Aprender a redactar documentos empresariales. Barcelona: Paidós.

GRIJELMO, Á. (2006). La gramática descomplicada. México: Taurus.

LAUREL, B. (2003). Design Research: Methods and Perspectives, Cambridge, MA: MIT Press.

MARGOLIN, V. (2005). Las políticas de lo artificial. México: Designio.

MARGOLIN, V. y R. BUCHANAN, eds. (1995). The Idea of Design. Cambridge, MA: MIT Press.

MIER, R. (1990). Introducción al análisis de textos. México: Trillas-UAM.

MILLÁN, J. A. (2005). Perdón, imposible. Guía para una puntuación más rica y consciente. Barcelona: Océano.

NIGHTINGALE, V. (1999). El estudio de las audiencias. Barcelona: Paidós.

SHATZKIN, L. (2004). Cómo seleccionar títulos rentables. Herramientas estadísticas para la venta de libros. México: Librería/FCE.

SIERRA, J. A. (1993). Manual de mercadeo para empresas editoriales. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

WOLL, T. (2005). Editar para ganar. Estrategias de administración editorial. México: Librería/FCE.

ZALTMAN, G. (2003). Cómo piensan los consumidores. Madrid: Urano/Empresa Activa.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

ÁLVAREZ, M. (1995). Tipos de escrito I. Narración y descripción. Madrid: Arco-Libros.

– (1995). Tipos de escrito II. Exposición y argumentación. Madrid: Arco-Libros.

– (1995). Tipos de escrito III. Epistolar, administrativo y jurídico. Madrid: Arco-Libros.

– (1995). Tipos de escrito IV. Escritos comerciales. Madrid: Arco-Libros.

ARFUCH, L., N. CHAVES y M. LEDESMA (1997). Diseño y comunicación. Teorías y



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

enfoques críticos. Buenos Aires: Paidós.

ARIÉS, P. y G. DUBY (2001). Historia de la vida privada. Madrid: Taurus.

BAJTÍN, M. (1987). La cultura popular en la edad media y el renacimiento. Madrid: Alianza.

BLAUVELT, A. (2003). Strangely Familiar: Design and Everyday Life. Minneapolis: Walker Art Center.

BOURDIEU, P., R. CHARTIER y R. DARNTON (1995). "Diálogo a propósito de la historia cultural", en HOURCADE, E., et al., Luz y contraluz de una historia antropológica. Buenos Aires: Biblos.

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA (2007). Actividad editorial. México: Caniem.

CASTAÑÓN, A. (1993). El mito del editor y otros ensayos sobre libros y librerías. Bogotá: Porrúa.

CASTRO, R. (2002). Libros. La intuición de leer, la intención de narrar. México: Paidós.

CATACH, N. (1996). Hacia una teoría de la lengua escrita. Barcelona: Gedisa.

CÁZARES, G. F. (2000). Estrategias cognitivas para una lectura crítica. México: Trillas.

CHARTIER, A. M. y J. HÉBRARD (1994). Discursos sobre la lectura (1880-1980). Barcelona: Gedisa.

CHARTIER, R. (1994). Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna. Madrid: Alianza.

- (1995). Sociedad y escritura en la Edad Moderna. México: Instituto Mora.

- (1999). Cultura escrita, literatura e historia. México: FCE.

- (2000). Las revoluciones de la cultura escrita. Barcelona: Gedisa.

- (2002). El mundo como representación. Barcelona: Gedisa.

CHÁVEZ, M. G. (2002). Práctica de la lectura en México y el libro como producto editorial. Colima: UDC-ANUIES-Alttexto.

DARNTON, R. (2003). El coloquio de los lectores. México: FCE.

- (2006). El negocio de la Ilustración. Historia editorial de la Encyclopédie, 1775-1800. México: Librería/FCE.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

DE LA TORRE, E. (1999). Breve historia del libro en México. México: UNAM.

DE SAGASTIZÁBAL, L., y F. ESTEVES (comps.) (2002). El mundo de la edición de libros. Buenos Aires: Paidós.

EPSTEIN, J. (2002). La industria del libro. Barcelona: Anagrama.

FOUCAULT, M. (1969). ¿Qué es un autor? Tlaxcala: UNAT.

GARRIDO, F. (1999). El buen lector se hace, no nace. Reflexiones sobre lectura y formación de lectores. México: Ariel.

INTERNACIONAL READING ASSOCIATION (1985). Diccionario de lectura y términos afines. Madrid: FGSR-Pirámide.

KLOSS, G. (2007). El papel del editor. Entre el oficio y el beneficio. Guadalajara: UDG/Santillana/Alttexto.

MANGUEL, A. (1999). Una historia de la lectura. Bogotá: Norma.

MARTIN, H.-J. (1999). Historia y poderes de lo escrito. Gijón: Trea.

MILLARES, A. (1971). Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas. México: FCE.

NADAL, J. y F. GARCÍA (2005). Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial. México: Librería/FCE.

OLSON, D. R. (1998). El mundo sobre el papel. El impacto de la escritura y la lectura en la estructura del conocimiento. Barcelona: Gedisa.

ONG, W. J. (1993). Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra. México: FCE.

PIEDRAS, E. (2004). ¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México. México: SACM-Sogem-Caniem-Conaculta.

ROCA LYNN, L. (1992). Glosario del libro y la edición. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

SANDRONI, L. (1992). Lectura y medios de comunicación de masas. Bogotá:



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340628

INVESTIGACION Y ANALISIS

Cerlalc/UNESCO-Colcultura.

SEBEOK, T. (1996). Signos: una introducción a la semiótica. Barcelona: Paidós.

SIERRA, J. A. (1991). Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

VARIOS AUTORES (1997). Historia de la lectura en México. México: El Colegio de México.

- (2003). Pasajes de la edición: hablan los profesionales. Memoria del I Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc/UNESCO-UDG-SEP.

- (2004). Competitividad y demanda, desafíos del oficio editorial. Memoria del II Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc/UNESCO-UDG-Caniem.

YHMOFF, J. (1968). Catálogo de incunables de la Biblioteca Nacional de México. México: UNAM.

- (1990). Los impresos mexicanos del siglo XVI en la Biblioteca Nacional de México, México: UNAM.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 306 4309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO