

Editorial

Uno de los ejes de trabajo del actual Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) es fortalecer y estrechar la relación de todos los actores de la cadena de valor del libro, en la cual son elementos indispensables las librerías y distribuidoras, pues son los canales que concretan la conexión entre editores y lectores a través del libro. Esta semana se presentan dos grandes oportunidades para los editores en este sentido.

La primera es la campaña *EntreLee*, iniciativa conjunta de la CANIEM a través de su Comité de Libros Infantiles y Juveniles, con el sistema de Librerías Educal de la Secretaría de Cultura federal. Esta iniciativa pondrá al alcance de lectores

de diferentes lugares de la República Mexicana el fondo editorial de 19 socios de la Cámara, editoriales cuyo trabajo de más de 25 años, en algunos casos, consolida ahora el sector editorial de libros para niños y jóvenes. Con este plan, Educal pretende contribuir, por su parte, a los esfuerzos por estimular el desarrollo cultural y educativo a través de la lectura en los lectores más jóvenes.

A este trabajo permanente por poner al alcance de la sociedad el libro como medio de transformación de la realidad, se suma la inauguración de la Librería "José Carlos Becerra" en Villahermosa, Tabasco, lo cual amplía las posibilidades de que los editores cuenten con más canales de distribución.

Boletín Semanal

No. 743

30 de mayo, 2016

Contenido

Convocatoria American Library Association (ALA)	2
SEP publica calendarios escolares 2016-2017	3
DIGITAR 2016. El libro en el mundo digital	3
Nueva librería José Carlos Becerra del FCE en Villahermosa	4
Diplomado Los procesos en la edición de libros	5
Modernizan Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra los Derechos de PGR	6
Por qué y para qué sirve la visualización de datos	6
Planean edición sorpresa para el Gran Recreo de Verano 2016	8
Empresas aportan 83% del PIB en México: Consejo de la Comunicación	8
Beca Juan Grijalbo xxvii	9
Exportaciones y filiales en AL repuntan industria editorial española	10
Book Expo America 2016: 10 tendencias que están cambiando el mundo de la edición	11
La sugestiva campaña de la RAE contra los anglicismos	11
Convocatoria Curso Infografía	12

CANIEM y Librerías Educal presentan iniciativa *EntreLee*

Se busca fortalecer la promoción y distribución de obras para niños y jóvenes

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, a través de su Comité de Libros Infantiles y Juveniles, presidido por Ixchel Delgado Jordá, presentó este lunes 30 de mayo la iniciativa *EntreLee*, un programa de exhibición de libros de 19 editoriales mexicanas en 16 librerías de la cadena Educal de la Secretaría de Cultura, donde los fondos de esos sellos se ofertarán durante seis meses (junio-diciembre) con 25% de descuento, exceptuando novedades.

En conferencia de prensa en la Librería Educal de la Biblioteca Vasconcelos, Gerardo Jaramillo, director general del sistema de Librerías Educal, y Carlos Anaya Rosique, presidente de la CANIEM, comentaron que *EntreLee* acercará a niños, jóvenes y familias a la amplia gama de libros que para ese público producen las editoriales afiliadas a la Cámara. La

promoción incluye también las compras de libros de las editoriales participantes a través de la librería virtual de Educal (www.educal.com.mx).

Carlos Anaya agradeció el apoyo de los editores y de Gerardo Jaramillo al aceptar la propuesta para Educal y que trabajaran juntos el sector público y el privado para acercar los libros a niños y jóvenes. "Qué mejor lugar que las librerías para acercar a las familias a los libros. La idea de este proyecto con Educal es hacer de las librerías lugares donde se pueda construir y fomentar la lectura. En eso estamos empeñados, trabajando con las 16 librerías, y con la aspiración de llegar a las 90 del sistema."

"Partimos de que las librerías, los libros, son una de las cosas que pueden ayudar a reconstruir el tejido social. No acaban con la violencia, pero dan otras posibilidades de ver las cosas", señaló.



Gerardo Jaramillo y Carlos Anaya. Foto: CANIEM

Por su parte, Gerardo Jaramillo comentó que una de las áreas que más ha crecido y ha aportado satisfacciones a la industria editorial mexicana son los libros para niños y jóvenes. “Hay ejemplos múltiples de traducciones, de libros ganadores de ilustración y de autoría de premios internacionales, como el de la Feria de Bolonia, por sus traducciones y ediciones. Es un sector pujante, muy creativo y propositivo. Esta transformación del sector infantil y juvenil de la industria editorial que se consolida en nuestros días tiene más de 25 años de trabajo con muy buenos resultados para todos.”

“Es cierto también que gracias a la Feria del Libro Infantil y Juvenil se ha fomentado una producción bastante amplia y a veces tenemos problemas de logística para hacer llegar los libros a todos los lugares. De ahí que esta iniciativa sea tan importante”, indicó.

Jaramillo agregó que este programa se aprovecha para el relanzamiento de la Librería de la Biblioteca Vasconcelos, por su remodelación tras 10 años de funcionamiento. Se decoró con la señalización institucional del sistema de librerías, pero también con motivos marinos para establecer un diálogo con el icono de la biblioteca, el esqueleto de ballena que constituye la instalación “Mobile Matrix” (2006) de Gabriel Orozco.

En ÉntreLee participan 12 editoriales especializadas en la publicación de libros para niños y jóvenes: CIDCLI, Editorial 3 abejas, Ediciones El Naranja, Amaquemecan, Ediciones Tecolote, MC Editores, Libros para Imaginar, Nostra Ediciones, UACHE, Petra Ediciones, Magenta Ediciones y Ediciones Castillo. También se incluyen colecciones infantiles de otros siete sellos afiliados a la CANIEM: Fondo de Cultura Económica, Artes de México, Almadía, Editorial Hiperlibro, Editorial Trillas, Ediciones Urano y Penguin Random-House.

Cada una de estas editoriales exhibirá durante dos meses una selección de su catálogo en las mesas del programa dentro de las 16 librerías Educal participantes: en la Ciudad de México, dos librerías del Aeropuerto (una en cada terminal), Centro Cultural Elena Garro, Educal Centro Histórico, Palacio de Bellas Artes, Centro Nacional de las Artes, Biblioteca Vasconcelos y Museo de las Ciencias Universum; en los estados, participan las librerías: Biblioteca Jaime Torres Bodet (Aguascalientes), Jardín Borda (Cuernavaca), Hospicio Cabañas (Guadalajara), Centro Cultural (La Paz), Centro Cultural de Ciudad Victoria y Museo Manuel Felguérez (Zacatecas).

Aunque no son todas las editoriales afiliadas a la Cámara, la convocatoria se irá abriendo a otras que se interesen y se incorporen en los siguientes meses, previo contacto con el Comité de Libros Infantiles y Juveniles (COLIJ).

De acuerdo con cifras de CANIEM, en el país existen poco más de mil puntos de venta de libros, de los cuales una cuarta parte son librerías y menos del 2% de ellas se especializan en literatura infantil y juvenil. Del total de ejemplares vendidos por las editoriales afiliadas a la Cámara, 9.4% corresponden a libros para niños y jóvenes; del total de los ingresos, 7.3% lo reporta este sector editorial, por lo cual ocupa el cuarto lugar en ventas en el mercado abierto, detrás de libros de texto, literatura e interés general.

ÉntreLee también consiste en actividades en las librerías, como encuentros con autores, ilustradores y lectura en voz alta.



**ÉNTRE
LEE**

25% DE DESCUENTO* en libros para niños y jóvenes

18 EDITORIALES / 16 LIBRERÍAS EDUCAL

DE JUNIO A DICIEMBRE

Consulta fechas y lugares de la promoción en www.educal.com.mx y www.caniem.org

*Excepto en novedades (en cumplimiento a la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro)

 Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana  @CEditorial  Educal  @LibreriasEducal



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

Con el afán de apoyar una mayor participación de editoriales en la feria de la American Library Association (ALA) y por esta única ocasión, la cuota de participación por título será de: \$576.00 M.N., más IVA, para afiliados CANIEM y de \$750.00 M.N., más IVA, para no afiliados CANIEM. Se pueden enviar 2 ejemplares por título y 5 catálogos impresos.



American Library Association (ALA) 2016

Del 23 al 28 de junio del 2016, en Orlando Convention Center, Orlando, Flo., se llevará a cabo la Conferencia Anual y Expo de la American Library Association (ALA).

Stand 1047

SEP publica calendarios escolares 2016-2017

El calendario de 200 días se aplica a toda la república

Los calendarios escolares para el ciclo 2016-2017, uno de 200 días hábiles y otro de 185 días, fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación por la Secretaría de Educación Pública (SEP) este jueves 26 de mayo. Ambos dan inicio el próximo 22 de agosto de 2016 y aplican en todo el país para escuelas de educación básica, públicas y privadas.

El calendario de 200 días será aplicable en toda la república para escuelas de preescolar, primaria secundaria, normal y para la formación de maestros, tanto públicas como particulares, incorporadas al sistema educativo nacional.

Mientras que el de 185 días será para escuelas de educación preescolar, primaria y secundaria incorporadas al sistema educativo nacional pero que cumplan con todos los requisitos que establezca la SEP.

El calendario de 200 días será aplicable en toda la república

En el acuerdo número 03/05/16 publicado por la SEP en el DOF se establece que la dependencia federal "proporcionará la orientación e información adicional pertinente para la aplicación de los calendarios escolares" difundidos en el acuerdo que entró en vigor en la fecha de publicación.

Entre los cambios que se establecen en ambos calendarios, el de 185 días considera un periodo de "ajuste de calendario escolar" que aplica sólo a profesores y directores del 10 al 28 de julio de 2017. De acuerdo con este mismo calendario, la conclusión del año lectivo se programó para el 27 de junio de 2017; el calendario de 200 días de clases concluye el 18 de julio. La Subsecretaría de Educación Básica, dirigida por Javier Treviño Cantú, ha informado que este 27 de mayo, cuando se realice la sesión del Consejo Técnico Escolar, se difundirá los lineamientos y requisitos que deberán seguir las escuelas que deseen optar por un calendario de 185 días hábiles.

Ambos calendarios conservan los mismos periodos de vacaciones. El primero será del 19 al 30 de diciembre de 2016; y el segundo del 10 al 21 de abril de 2017. Los días de suspensión de labores docentes serán: 16 de septiembre, 2 y 21

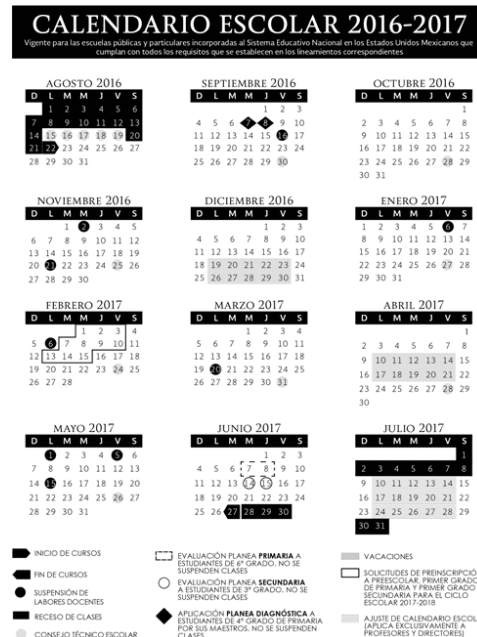
de noviembre de 2016. Además, el 6 de enero, 6 de febrero, 20 de marzo, 1, 5 y 15 de mayo de 2017.

Los sesiones de los Consejos Técnicos Escolares se mantienen en el último viernes de cada mes para ambos calendarios, pese a que la SEP informó que las escuelas podrían determinar la fecha y horario en que estos se realizarían.

También se detalla que el Plan Nacional para la Evaluación de los Aprendizajes (Planea), en su fase diagnóstica para alumnos de cuarto grado de primaria, se realizará en ambos calendarios el 7 y 8 de septiembre de 2016, sin suspensión de clases, mientras que Planea para sexto grado de primaria se realizará los días 7 y 8 de junio de 2017; para tercero de secundaria, se aplicará 14 y 15 de junio de 2017.

El periodo de solicitudes de preinscripción a preescolar, primer grado de primaria y primer grado de secundaria para el ciclo escolar 2017-2018 se programó del 1 al 15 de febrero de 2017.

*Con información de *La Jornada* y del Diario Oficial de la Federación



Calendario escolar 2016-2017 de 185 días

Para consultar el Acuerdo número 03/05/16 consulte: www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5438896&fecha=26/05/2016

DIGITAR 2016. El libro en el mundo digital

Congreso Internacional sobre el libro y la lectura

Con el propósito de convertirse en un espacio de "intercambio de ideas e iniciativas de formación profesional en el mundo del libro y la lectura", la Universidad de las Ciencias y las Artes del Libro, sc (Unical) y el Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros, SC (Indeli), convocan a *DIGITAR 2016 El libro en el mundo digital*, Congreso Internacional sobre el libro y la lectura, a celebrarse los próximos 23, 24 y 25 de junio en la Casa Universitaria del Libro de la UNAM, sita en Orizaba 24, Colonia Roma Norte.

Los objetivos que persiguen los organizadores son "formar y actualizar a los profesionales vinculados con el sector editorial en su conjunto para influir con sentido crítico en las políticas públicas de educación y cultura", así como "facilitar recursos suficientes para un mejor desempeño en las

actividades profesionales del mundo del libro y la lectura; y crear en los participantes una actitud de cambio para beneficio de las empresas que representan."

Durante los tres días, los asistentes participarán de conferencias magistrales, mesas redondas, foros, seminarios, talleres y coloquios. Los temas centrales que sirven de eje al congreso son: "La perspectiva estratégica del libro como industria y sus diferentes momentos" y "Tecnologías digitales y su aplicación en la red de valor del libro"; cada uno se abordará en un seminario y un taller en el cual se revisará un estudio de caso. Asimismo, tendrá lugar el Foro "Lectura, ¿para qué medirla?"; se desarrollará una dinámica sobre transferencia de conocimiento y se impartirá un Seminario sobre Marketing digital y de contenidos.

Las conferencias magistrales correrán a cargo de René Solís y Felipe Garrido. Entre los ponentes se cuentan profesionales de la red de valor del libro como Georgina Merino, Adriana Beltrán, Jesús Anaya Rosique, Nubia Macías, Carlos Anaya, Marianne Ponsford (CERLALC/UNESCO), César Augusto Pérez Gamboa, Jesús Alejo Santiago, Camilo Ayala Ochoa, Marina Núñez Bernal, Margarita Ramírez Leyva, Alberto Chimal y Fernando Esteves Fros.

Digitar 2016 está dirigido a directores y editores de libros y revistas que trabajen en empresas de todos los rangos de la industria y en todos los sectores (interés general, texto, infantil y juvenil, académico, etc.), así como a editores universitarios y de instituciones gubernamentales; considera también a los responsables de negociación y contratación de derechos editoriales; a autores, especialmente los que practican la autoedición; a



directores y gerentes comerciales, bibliotecarios, librerías y promotores de lectura.

En el marco del congreso se entregará el Premio Unical a la Labor Editorial a Martí Soler Vinyes.

Para mayores informes e inscripciones: Universidad de las Ciencias y las Artes del Libro, sc (Unical) 0155-56-65-02-20 y 0155-55-28-28-15 unical@gmail.com

Nueva Librería José Carlos Becerra del FCE en Villahermosa

Ubicada en la zona cultural más importante de la ciudad

El Fondo de Cultura Económica (FCE) continúa su expansión y ahora llegará a Villahermosa, Tabasco, donde a partir del martes 1 de junio de este año entrará en operaciones la librería "José Carlos Becerra", que albergará cerca de 19 mil volúmenes de 30 mil ejemplares, de unos 200 sellos editoriales.

La nueva librería del Fondo estará ubicada en la Zona Cultural más importante de la ciudad de Villahermosa, dentro del Centro de Investigaciones de la Cultura Olmeca y Maya (CICOM), entre el Teatro Esperanza Iris y el Museo Regional de Antropología.

Se trata de la séptima apertura en lo que va de esta administración y la primera de este año, y será inaugurada por el gobernador Arturo Núñez, el secretario de Educación; Aurelio Nuño Mayer, y el director general del FCE, José Carreño.

Se trata de la séptima apertura en lo que va de esta administración

De acuerdo con el Fondo, el proyecto fue posible con el apoyo del gobierno del estado y el Instituto de Cultura de Tabasco, y consolida su intención de que las librerías sean centros culturales,



Foto: www.sinembargo.mx

espacios de generación de ideas, de encuentro y de manifestaciones artísticas, a fin de materializar su vocación social y brindar una mejor oferta de libros con precios competitivos.

Con motivo de la apertura, del 31 de mayo al 7 de junio habrá descuentos de 30%; y del 8 al 15 de junio de 25%, excepto novedades en ambos casos.

La librería toma el nombre del poeta tabasqueño José Carlos Becerra, quien nació en mayo de 1936 y murió en Brindisi, Italia, en 1970, en un trágico accidente, cuando apenas había cumplido 34 años. En 1961 realizó su primera publicación formal con "Blues", un poema donde ya está presente el proceso amoroso como aparición momentánea, como un hecho fantasmagórico que dura un instante. El año de 1964 fue decisivo para Becerra, ya que en ese trayecto murió su madre, a cuya me-

moría dedicó *Oscuro palabra*, publicado por Juan José Arreola en 1965.

Después de ganar en 1966 premios de poesía en Villahermosa y en Aguascalientes, en 1967 publicó *Relación de los hechos* y participó en el volumen colectivo *Poesía joven de México*, donde figuró entre los becarios del Centro Mexicano de Escritores.

En 2016 se edita por primera vez en España un libro de su poesía esencial bajo el título *Las islas y otros poemas* (Huerga y Fierro Editores), con prólogo y selección de César Antonio Molina.

* Con información de Notimex

**Curso
CSS Específico
para ePub**

20 al 23 de junio, 2016
Horario: de 9:00 a 14:00 horas

**Instructor:
Alejandro Ramírez Monroy**



La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, los invita a participar en el diplomado

LOS PROCESOS EN LA EDICIÓN DE LIBROS

Décima segunda edición

19 de mayo, 2016

Objetivos

1. El participante conocerá y se actualizará en los diferentes procesos de la edición de libros, tanto impresos como digitales, que le servirán como herramientas para la toma de decisiones.
2. Aplicará los conocimientos obtenidos en un proyecto editorial que responda a los requerimientos del mercado.



Bases

1. Serán candidatos a participar en el diplomado:
 - Empleados de editoriales, distribuidoras, imprentas, bibliotecas y librerías, con estudios mínimos de preparatoria y antigüedad de dos años en el sector.
 - Colaboradores externos (free lance) del sector editorial ligados profesionalmente en forma permanente con la industria.
2. Los candidatos deberán solicitar la ficha de inscripción en el Centro de Capacitación de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) al correo electrónico capacit@caniem.com o a los teléfonos 5604 3294 y 5688 201.
3. La solicitud y el currículum del participante deberán ser enviados al correo electrónico: capacit@caniem.com o entregados personalmente en las instalaciones de la CANIEM. Los candidatos preseleccionados serán citados para una entrevista con los coordinadores del diplomado en las instalaciones de la CANIEM.

Inicio:

Jueves 19 de mayo, 2016

Horarios: martes y jueves de 17:00 a 20:00 horas
y sábados de 10:00 a 13:00 horas

Cupo Limitado

Costo afiliados:
\$19,000 más IVA
No afiliados:
\$28,500 más IVA

Informes e inscripciones:
Leticia Arellano
5604 3294, exts. 728 y 714
capacit@caniem.com

Programa

I. El mundo del libro: panorama histórico

1. La edición y el editor
2. El libro en México
3. El libro impreso: Oriente y Occidente
4. Impresores, libreros y editores
5. Libro electrónico
6. Introducción a los procesos editoriales
7. El libro durante el Medioevo europeo
8. La definición y conformación del catálogo

II. El original de autor

1. Dictamen
2. ¿Qué es un autor?
3. Planeación, calibrado del original y asignación del presupuesto
4. Tipos de obra y de libro
5. Derechos de autor para editores
6. Charla con un autor

III. Redacción editorial

1. La traducción
2. Tipografía
3. Legibilidad tipográfica: mitos y realidades
4. Discurso, texto y tipografía: la construcción de significados
5. La formación gráfica y tipográfica
6. La edición digital
7. Preparación del original de autor
8. La corrección de estilo
9. La corrección de pruebas y el cierre de edición
10. El diseño

IV. Producción

1. Prerensa
2. La impresión tradicional e impresión bajo demanda y las nuevas tecnologías
3. Procesos de producción gráfica para impresión
4. Encuadernación y acabado
5. Planeación, control y gestión
6. La ruta de producción en la práctica (visita a una imprenta)
7. Planeación de proyectos de edición electrónica (Piensa Digital)

V. Cálculo editorial

1. La editorial y el libro como una empresa y un producto industria, respectivamente; el mercado del libro en México
2. La razón y determinación del factor para establecer el precio de venta
3. La edición y publicación digital ¿es una opción viable? Cálculo de la operación económica. Toma de decisiones
4. Las alternativas de precio. La decisión final y el lanzamiento de un libro al mercado
5. El estado de pérdidas y ganancias en una empresa editora de libros

VI. Administración de una empresa editorial

1. La administración financiera en una empresa editorial
2. Puntos de control y herramientas de análisis financiero
3. El presupuesto y su control
4. Modelos de negocio
5. Plan de negocios

VII. Mercadotecnia y comercialización

1. Comercialización del libro de texto, científico y técnico
2. Las relaciones públicas en una editorial
3. Pronóstico de ventas
4. El libro y su comercialización nacional e internacional
5. Principios para la administración de una librería
6. La relación editorial-librería y el panorama actual del mercado librero
7. Comercialización del libro digital

VIII. Marco institucional de la edición y clausura

1. Conferencias de clausura. Retos y oportunidades para la industria editorial
2. Presentación de trabajos finales



Modernizan Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra los Derechos de PGR

En entrevista con el diario *Reforma* (Silvia Isabel Gámez, 25 de mayo), Arturo Ancona, titular de la Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial (UEIDDAPI) de la Procuraduría General de la República (PGR), señaló: "Tenemos que reinventarnos como autoridad porque el mundo está cambiando."

Comentó que desde finales del año pasado recibieron la instrucción de crear un área de piratería digital. Señaló respecto de la piratería de libros otro fenómeno: "Las nuevas tecnologías han permitido que aumente la reproducción digital y haya menos evidencia física. Es el caso de la música y las películas. Considero que está pasando lo mismo con los libros. Aquí no se trata de individuos sino de grupos delictivos que trabajan en imprentas y con pseudoempresarios." Ancona sugiere a los editores proteger los derechos de autor del escritor y de la propia editorial sobre la obra y registrar ante el IMPI el nombre de la empresa.

En la misma entrevista, Ancona comentó sobre la falsificación de obras de artistas plásticos.

"Los falsificadores estudian, se saben la ley. Nos enfrentamos a ese tipo de delincuentes." Por ello, Ancona recomienda a los creadores solicitar ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial IMPI el registro de su marca, su nombre artístico. Eso les permite gozar de una protección acumulada a los derechos de autor implícitos desde la creación.

"Los falsificadores estudian, se saben la ley"

El falsificador de arte trabaja con una red de vendedores. Así supone Ancona que opera este mercado, con individuos aislados que venden piezas apócrifas incluso a las galerías donde son adquiridas por debajo del valor que tendrían si fueran originales.

El abogado convocó a la comunidad artística a acercarse a la UEIDDAPI, aunque reconoce que desde que asumió el cargo en 2012 sólo han trabajado con el estudio de Jorge Marín, en el tema de falsificación de esculturas. Al cuestionársele si esta escasa colaboración con artistas es por falta



Arturo Ancona García López

de conocimiento o de confianza de los artistas, respondió: "Yo creo que es por falta de conocimiento. También puede ser porque iniciar una investigación de carácter penal requiere cierta, no sé si valentía. No es fácil pensar que el resultado tendrá como consecuencia la privación de la libertad."

Por qué y para qué sirve la visualización de datos

La CANIEM ofrece el curso de Infografía para editores del 13 al 14 de junio

La profesionalización de los involucrados en la cadena de valor del libro, comenzando por los editores, es uno de los ejes de trabajo del actual Consejo directivo de la CANIEM. En próximos días, la Cámara ofrecerá el curso Infografía para editores con el instructor Arturo Black Fonseca; para comprender mejor cuál es la importancia del tema en el quehacer editorial, nos comparte su perspectiva al respecto.

La infografía y la visualización de la información (vi, como le llamaremos para abreviar), son herramientas que conviven, crecen y se desarrollan entre los ecosistemas de contenido, digital e impreso, e incluso revitalizan el poder de los medios impresos, especialmente ahora que tanto se menciona la desventaja que tienen éstos contra la interactividad de los me-

dios digitales. Aunque la infografía y la visualización de datos son dos productos que ya existen desde hace más de 40 años en el mercado editorial, en estos días de dispositivos móviles, interactividad, contenidos digitales y poco tiempo de lectura, es evidente cuánto se han diversificado sus plataformas de consumo (diarios, revistas, informes, páginas, web, redes sociales, etc.).

Su potencial está en divulgar esa información en formatos altamente visuales

¿Para qué sirve?, ¿qué es la vi? Su concepción básica nace del manejo de información dura, compleja, larga, pesada y difícil de leer. Su potencial está en divulgar esa información en formatos al-

tamente visuales, que el lector puede comprender de manera rápida y simple, en un tiempo récord y con un nivel de interacción e interés muy elevado. Conseguir esto no es una ciencia, pero se necesita de la capacitación de los departamentos que trabajan con imágenes, ilustraciones, datos matemáticos, diseño gráfico y/o editorial en muchas de las nuevas redacciones, ya sea para medios digitales o impresos. ¿Un lector abandona la lectura de una página o artículo por el simple hecho de contener una cantidad de texto que le parezca larga o aburrida?. Sí. Diversos estudios han demostrado que esa es la opinión de algunos lectores. Sin embargo, una infografía, numeralia o gráfico matemático colocado de manera estratégica permiten al lector comprender estas grandes masas de información en un periodo de tiempo corto, de una manera práctica, amable, atractiva y

sobre todo que genera interés para seguir leyendo, aprendiendo, observando e investigando lo que ella muestra.

La infografía es un método de representación sumamente eficiente para dejar en el lector todo aquel contenido con el que los editores o desarrolladores deseen impactar directamente en sus visualizadores. Es tanta su potencia y desempeño que el desarrollo de este tipo de representación de la información se está incorporando en apartados comerciales de empresas que contratan infógrafos para trabajar con ellos el manejo y visualización de su información, de una manera mucho más clara y específica, sin necesidad de presentar contenido comercial alguno.

Por un momento imagine esta característica y su potencial: decirle a un lector o visualizador que el producto es el mejor por sus cualidades y características, enamorándolo con solo una imagen, pero entregándole toda la información que el vendedor quiere. ¿Qué consiguen a cambio las empresas con esta herramienta? Simple: que la gente que ve lo que publican se enamore, se interese y desee saber más acerca de lo que ellos están mostrando.

La aplicación de la VI en áreas escolares está demostrando ser un excelente formato para entregar a los alumnos resúmenes de información explícita e importante de las materias que cursan, con una aceptación muy elevada, incluso alcanzando un gusto que llega al coleccionismo.

El lugar idóneo de la visualización de la información son, por excelencia, los medios impresos de noticias y ahora también las revistas. Desde su primer uso se ha constatado un nivel de aceptación de sus lectores extremadamente elevado, al grado de que las redacciones reciben solicitudes expresas de los lectores para tratar de manera infográfica algún tema en particular. Es fácil demostrar este hecho revisando los diarios mexicanos, cuyo trabajo de los últimos tiempos incluyen aplicaciones infográficas en mayor número e incluso establecen entre sí una clara competencia

por demostrar las mejores técnicas de realización y la mejor muestra del manejo informativo visual.

Tome cualquier medio, página web, red social y obsérvelos. El mundo no está dejando de leer, pero cada vez es menor el tiempo disponible para hacerlo y a cada momento se reduce el tiempo del que disponemos para presentar la información que consideramos importante. Note cómo cada vez más las gráficas aparecen entre nosotros, interactuando día a día. El ser humano es por naturaleza visual y nos enamoramos de las imágenes, de las formas y de los colores. Esto es lo que la visualización de información nos da a manos llenas, el poder de mostrar nuestras ideas y su importancia, impactar, convertir a los lectores en visualizadores, y finalmente en consumidores, potenciales devoradores de nuestro medio.

El siguiente ejemplo, aunque sencillo, es una muestra potencial del poder de la visualización. Al leer la Imagen 1, piense en el tiempo que tarda en leer la receta, mientras que en la Imagen 2 observe cómo la misma receta es explicada con imágenes simples y sencillas. Podrá notar que las imágenes son mucho más fáciles de descifrar y recordar, el tiempo que tomó en ver la información es mucho más corto.

Este mismo concepto aplicado a modelos de información más compleja puede arrojar resultados mucho mejores. Observe y dese el tiempo de pensar la utilidad que esto tiene para su producto o publicación.



Imagen 1



Imagen 2



Curso Cálculo Editorial

1 al 4 de agosto, 2016
Horario: de 16:00 a 19:00 horas

Instructor:
Julio Sanz Crespo

Curso Publicaciones Digitales: DPS

8 al 11 de agosto, 2016
Horario: de 10:00 a 14:00 horas

Instructor:
Alejandro Ramírez Monroy

Planean edición sorpresa para el Gran Recreo de Verano 2016

Dentro del Programa Alas y Raíces, además de una amplia programación de actividades culturales

Con el lanzamiento en junio de un *e-book* sorpresa y actividades relacionadas con las obras de Julio Verne y Roald Dahl en el centenario de su natalicio, dará inicio oficial el Gran Recreo de Verano 2016 del Programa Alas y Raíces de la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil (CNDICI) de la Secretaría de Cultura.

A 150 días de la creación de la Secretaría de Cultura, este programa continúa la labor de ofrecer a los niños, niñas y jóvenes de México la oportunidad de tener un encuentro lúdico con el arte y la cultura, de manera que formen parte integral de su desarrollo social y humano, a través de una variada oferta de actividades y programas.

Susana Ríos Szalay, titular de la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil-Alas y Raíces, destacó que han sido días intensos debido a que se ha repensado y replanteado el programa de trabajo con el fin de fortalecer el vínculo entre educación y cultura.

Una de las primeras propuestas es restablecer la colaboración con la Secretaría de Educación Pública (SEP), que marcó la creación y la primera etapa del programa Alas y Raíces hace más de 20 años. Se está trabajando con esa secretaría en



un proyecto para el próximo periodo vacacional que la propia dependencia dará a conocer en su momento.

“Lo más importante es que los niños de preescolar, primaria y secundaria tengan la oportunidad de acceder a los bienes y servicios culturales. Es impensable que haya un desarrollo integral de los niños sin la música, sin las artes, sin la posibilidad de la libre expresión, la literatura, el teatro, y por eso queremos colaborar en esa tarea”, expuso Susana Ríos Szalay.

Otra novedad editorial que se presenta en este contexto es *El árbol habla. Octavio Paz para niños*, que forma parte de la colección Poesía para Niños, creada en 1998 por el Programa Alas y Raíces. La colección ahora reúne, junto a los seis previos, siete títulos que brindan un acercamiento

a la obra de autores como Carlos Pellicer, Jaime Sabines, Efraín Huerta, Elías Nandino, Enriqueta Ochoa y Ramón López Velarde.

El árbol habla. Octavio Paz para niños busca acercar a niños y niñas a la obra del poeta mexicano Premio Nobel de Literatura 1990, a través de fragmentos de su obra seleccionados por Carmen Leñero, especialista del Instituto de Investigaciones Filológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, , junto a datos sobre la vida y la infancia del poeta. El volumen está ilustrado con el trabajo de 45 niños y niñas de Mixcoac, donde el poeta vivió durante su infancia, como parte de un taller coordinado por Roberto Martínez Martínez y Alifíe Rojas Candanedo.

* Con información de la Secretaría de Cultura

Empresas aportan 83% del PIB en México: Consejo de la Comunicación

Esta cifra se logra con cinco millones de empresas

El Consejo de la Comunicación presentó la séptima fase de la campaña para impulsar la labor empresarial, mejor conocida como *Ana y Mary, Pepe y Toño*, cuyo objetivo es promover una cultura emprendedora y empresarial en el país que favorezca la apertura de nuevas empresas y consolide las ya existentes. De acuerdo con las cifras del Consejo, nueve de cada diez empleos en México son generados por las empresas formales, que son 5 millones de pequeñas, medianas y grandes empresas, lo cual representa 83% del PIB nacional.

A través de casos de éxito de empresarias y empresarios, la estrategia busca motivar a los nuevos emprendedores a decidirse a tomar las oportunidades y poner en marcha su negocio para generar más y mejores fuentes de trabajo. Para lograrlo, el Consejo participa en eventos, foros, proyectos, conferencias y talleres sumando esfuerzos con todos los actores de la sociedad para fomentar el emprendimiento en el país.

Alejandro Grisi, presidente del Consejo de la Comunicación, señaló en el evento conmemorativo

del séptimo año de esta campaña: “Somos un país con mucho talento y altos índices de productividad y, por ello, debemos de aprovechar la confianza que, de acuerdo a los estudios recientes de la consultora PricewaterhouseCoopers, los líderes empresariales a nivel mundial están depositando en nuestro país como la novena economía más atractiva para la inversión, el incremento de sus negocios y la creación de nuevos empleos”. Asimismo, comentó: “Trabajando de la mano las más de 5 millones de pequeñas, medianas y grandes del país, podemos generar un

mayor número de trabajos así como crecimiento y desarrollo para México.”

Acerca del Consejo de la Comunicación, A.C.

El Consejo de la Comunicación es un organismo cúpula del Sector Empresarial. Entre sus integrantes se encuentra el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior (AMPE), entre otros.

Sin fines de lucro, el Consejo fue concebido como una forma de participación social de los empresarios. Desde su fundación, hace más de 55 años, se ha distinguido por realizar campañas de interés nacional a través de los medios de comunicación, orientadas a influir positivamente en el ánimo y los hábitos de la sociedad mexicana. Su misión es ser la voz de las empresas al servicio de las grandes causas de México. Las campañas del Consejo de la Comunicación trabajan apegadas a las más altas normas de calidad y eficiencia, por lo que esta institución cuenta con el sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9000-2008.

*Con información del Consejo de la Comunicación

"NUESTRA TIENDA ONLINE BENEFICIA A 7 MIL FAMILIAS"
BERE Y LUIS
EMPRENDIERON COMO

ANA y MARY **PEPE y TONO**

DECÍDETE TÚ TAMBIÉN.
ENTRA A pepeytono.com

Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas



BECA JUAN GRIJALBO XXVII

Con el objetivo de estimular y profesionalizar las actividades editoriales y de comercialización de libro y la revista, la **Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM)**, a través de su Centro de Capacitación, convoca a empleados y colaboradores externos de editoriales, distribuidoras y librerías a la vigésimo séptima edición del Seminario de Introducción al Mundo del Libro y la Revista, Beca Juan Grijalbo que se realizará en 40 horas.

Del 06 al 12 de noviembre de 2016

Bases

- Serán candidatos a participar en el seminario:
 - Personal con licenciatura, pasantes y estudiantes universitarios que cursen el último año de su carrera.
 - Empleados de editoriales, librerías y distribuidoras con estudios mínimos de preparatoria y antigüedad mínima de dos años.
 - Colaboradores externos (free-lance) del sector editorial ligados profesionalmente y en forma permanente con esta industria.
 - Mexicanos o extranjeros con residencia mexicana, con edad máxima de 40 años en ambos casos
- Las solicitudes de inscripción estarán a disposición de los interesados a partir de la fecha de publicación de esta convocatoria, en las oficinas de la CANIEM, ubicadas en Holanda 13, colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, Ciudad de México, asimismo a los teléfonos 5604 3294 y 5688 2011 y en nuestra página: www.caniem.org
- Los candidatos deberán presentar solicitud de inscripción y currículum, en las instalaciones de la CANIEM o al correo electrónico: capacit@caniem.com con atención a Leticia Arellano, de 9:00 a 18:00 horas
- La fecha límite de recepción de documentos será el viernes 5 de agosto de 2016.
- La selección de los participantes se realizará mediante la presentación de la solicitud de inscripción, examen de admisión y entrevista con los organizadores del seminario, quienes seleccionarán a los candidatos en función de la aplicación práctica real que se pueda tener de la información proporcionada en la beca*.
- El costo del seminario, gastos de transportación, alimentación y hospedaje de los participantes durante la semana de duración del seminario correrá a cargo de la Beca Juan Grijalbo.
- Se otorgará un diploma oficial de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana con valor curricular a los participantes que hayan aprobado satisfactoriamente la evaluación final del seminario. De no aprobarlo, se otorgará únicamente constancia.

* En el caso de candidatos que residan en el interior del país, el examen de admisión será sustituido por dos cartas de recomendación personales, de profesionales que actualmente laboren en el sector editorial y que conozcan al candidato por más de un año. Los gastos de transportación de su lugar de residencia a las instalaciones de la CANIEM, correrán por su cuenta, asimismo de la CANIEM a su lugar de residencia.

Coordinación general
Lic. Claudia Domínguez Mejía
Leticia Arellano Arriaga



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA



Temario

I. Edición

- El autor y la idea: el original para edición
- Historia del libro
- El olfato, el autor y el editor
- Cuidado de la edición
- Dictamen, traducción, corrección
- Aspectos legales en materia de derechos de autor

II. Producción

- El diseño editorial: funcionalidad y estética para el lector
- Principios de tipografía
- La edición y las nuevas tecnologías
- Publicaciones electrónicas
- Del original a pre prensa
- Producción editorial

III. Las publicaciones periódicas en México

- Las publicaciones periódicas: testimonio de una época
- Trascendencia de las publicaciones periódicas en México
- La Comisión Calificadora, qué es y cómo funciona
- La edición y producción de una revista

IV. Comercialización

- De publicaciones periódicas
 - Mercadotecnia
 - Sistemas de comercialización de periódicos y revistas en la República mexicana
 - Unión de Voceadores
 - Distribución en locales cerrados
 - Distribución en el interior de la República
 - Importación y exportación de revistas y periódicos Del libro
 - Mercadotecnia editorial
 - Determinación de necesidades y oportunidades de mercados nacionales y exportación
 - Comercialización del libro de divulgación: librerías y puntos de venta alternativos
 - Trascendencia del papel del librero en el ciclo de vida del libro
 - Comercialización del libro en el ámbito internacional
 - Ventas especiales, fascículo, mailing y call center
 - Relaciones públicas editoriales; manejo de medios de promoción literaria.

V. Administración y finanzas: el manejo de una editorial

- Cálculo editorial: su aplicación
- Publicaciones periódicas: costo, precio y financiamiento en la revista
- El aspecto fiscal de una editora de publicaciones periódicas
- El modelo de administración total en una empresa editorial
- Aspectos financieros en una editorial

VI. Conclusiones

Evaluación final

Exportaciones y filiales en AL repuntan industria editorial española

75ª Feria del Libro de Madrid, 27 de mayo al 12 de junio. Francia es el país invitado

La Feria del Libro de Madrid 2016 inició el viernes 27 de mayo con un ligero balance positivo dentro de la crisis que enfrenta desde 2008: se considera que uno de cada cinco euros de la industria española proviene de exportaciones, en su mayoría a Latinoamérica, lo cual contrarresta más de mil millones de euros perdidos en ese periodo. Esa pérdida equivale a la tercera parte de lo que facturaba al comienzo de la crisis: de 3,200 millones de euros, pasó a los 2100 millones.

De acuerdo con Daniel Fernández, presidente de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y de la Asociación de Cámaras del Libro, el consumo de América Latina con la compra de libros y derechos y con la expansión de filiales, así como la compra de servicios del sector gráfico que hace la Unión Europea, son las dos fuentes con menor impacto en los siete años de la crisis editorial española. No sólo han amortiguado la caída sino que han aumentado sus ventas alrededor de 2.5% en el último ejercicio.

Según los datos previstos de 2015, que se conocerán en junio, las ventas han aumentado en torno al 3%, misma proporción de las exportaciones, que pasarán previsiblemente de los 541 millones de 2014 a unos 557 millones en el pasado curso. Está pendiente de confirmar la facturación del comercio de servicios, cerca de 70 millones más.

La industria editorial española, la cuarta mayor del mundo después de las de Estados Unidos, Reino Unido y Francia, es la tercera en exportaciones, detrás de Reino Unido y Estados Unidos. Los libros que más se exportan son los de ciencias sociales (16.5%) religión (15%) literatura (13.9%) e infantil y juvenil (13.6%).

Liberación de aranceles

Daniel Fernández adelantó que en el próximo Libro, previsto para septiembre de este año, propondrán como estrategia a las diferentes editoriales y cámaras del libro de España y América que pidan a los Gobiernos liberar al libro de aranceles, para

luego presentarlo en la Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y de Gobierno de 2018. "El éxito de la circulación de libros depende de los aranceles de cada país y una buena ley o acuerdo facilitaría este mercado entre todos los países", afirma Reyes Díaz Iglesias, presidenta de la Feria del Libro y del Gremio de Libreros de Madrid, y propietaria de la librería Naos.

"El problema es que en muchos países hay aranceles que impiden la exportación y buena circulación de las obras", advierte Teodoro Sacristán director de la Feria. "Se deberían facilitar aspectos elementales como el envío por correo, porque el libro impreso es aún mayoritario" añade.

A la exportación hay que añadir el aumento del mercado de derechos de autor y una tendencia muy clara: la venta de servicios y cursos de formación online y de materias, como las jurídicas, en formatos digitales. Los motivos de este ascenso y consolidación del mercado exterior español se debe a que, cuando empezó la crisis económica y del sector editorial, todos vieron una salida en las exportaciones, una ruta ya

conocida pero que reforzaron con mejoras de estrategias explica Antonio María Ávila, secretario de la Asociación de Cámaras del Libro en España y de la FGEE. "A eso se sumó, agrega, el aumento de esfuerzos, la ayuda de depreciación del euro y el crecimiento económico latinoamericano, sin olvidarnos de que hacemos un buen producto."

A ello hay que añadir que las editoriales españolas siguen en su proceso de expansión fuera del país. Existen 173 filiales de sellos españoles en 29 países, de las cuales 82% está en Iberoamérica (142). El principal aliado es México, con 29 filiales. Le siguen Argentina, con 21, que puede mejorar debido al cambio de ley; Chile, con 13; Colombia, 12, y Brasil, 10.

Las filiales

El tema de las filiales tiene dos extremos. En uno están las editoriales españolas con sedes fuera del país, como las recientes Gustavo Gili, Reverté o Edebé, así como Santillana, la histórica, pionera hace más de cuatro décadas y presente en 22 países. "Desde 2008, América Latina incrementó su participación en los ingresos de Santillana hasta alcanzar en 2014 un peso superior al 82% del total. Pero en 2015 ya percibimos una recuperación de la facturación española de más de tres puntos", adelanta Francisco Cuadrado director Global de Educación de Santillana.

En el otro extremo de la edición española están los sellos extranjeros, sobre todo latinoamericanos que tienen sedes en España, como la argentina Adriana Hidalgo y la mexicana Fondo de Cultura Económica (FCE), que no sólo vende sus obras en España, sino que edita títulos españoles para exportarlos. "El trabajo en red entre nuestras 10 filiales y la casa matriz mexicana es fundamental; ofrece a sus ediciones un escaparate simultáneo", comenta Francisco Ruiz Barbosa, gerente general de FCE de España.

* Con información de Winston Manrique Sabogal, *El País*



Book Expo America 2016: 10 tendencias que están cambiando el mundo de la edición

En la pasada Book Expo America (BEA), el fundador de Smashwords, Mark Coker, propuso 10 tendencias que están transformando al sector editorial. Presentamos sus conclusiones:

1. El auge de los *ebooks* y en consecuencia el nacimiento de los soportes móviles (*ereaders*, móviles y tabletas). Al margen del debate de las ventas, mayores o menores, los libros digitales han llegado para quedarse, junto a sus menores costos frente a la impresión.

2. La democratización de la edición. Se ha pasado de la edición centralizada en el editor, a la edición al alcance de todos por la popularidad de las herramientas de edición-publicación. Hoy los escritores pueden ser sus propios editores.

3. Los *ebooks* se globalizan. Liberados de las limitaciones logísticas que tiene el libro impreso, los libros digitales pueden llegar a cualquier sitio gracias a las plataformas globales y la venta directa.

4. Auge de autores "independientes". Los autores hoy tienen la libertad de elegir entre auto-publicarse,

optar por la edición tradicional o elegir ambos caminos. La autoedición ha reducido el tiempo de lanzamiento al mercado, ha hecho más flexible la promoción, mejorado la distribución, y en algunos casos, ha significado mayores regalías, entre otras ventajas.

5. Los autores que se auto-publican pueden alcanzar las listas de los más vendidos. Si siguen a este ritmo, algún día, la mayoría de los *ebooks* más vendidos serán auto-publicados.

6. El estigma del autor que se auto-publica está desapareciendo. Los primeros en hacer desaparecer el estigma han sido los autores de ciencia-ficción y novela romántica, pero ya hay autores de otros géneros, e incluso autores de prestigio consolidado, que optan por la autopublicación. Entre otras razones, se cuentan un mayor control sobre su obra y la apuesta por más regalías.

7. Abundancia en la oferta de *ebooks* de alta calidad a bajo costo, lo que supone la posibilidad de acceso permanente a los libros, sin la 'tiranía' de la descatalogación. Sólo los altos precios de los *e-books* por parte de algunas editoriales suponen un freno al ingreso para los autores.

8. Amazon está explotando la devaluación de los libros. Kindle Unlimited y la estrategia de autopublicación a través de su plataforma demuestran cómo Amazon se está aprovechando de su posición dominante en el mercado de *ebooks* para coaccionar e intimidar a los autores.

9. Kindle Unlimited socava el mercado de la venta de una sola copia, habituando a los lectores a consumir lo que parece gratis con un precio medio de un euro.

10. Los autores independientes están escribiendo el siguiente capítulo de la industria editorial. La descentralización del editor y la capacidad del autor para "decidir su futuro" van a ser determinantes en el sector.

* Con información de José Antonio Vázquez, dosdoce.com

Consulte la presentación completa "10 tendencias que transformarán el mundo del libro" en: <http://bit.ly/1sTfZDc>

La sugestiva campaña de la RAE contra los anglicismos

"Lengua madre solo hay una"

La Real Academia Española lanzó la campaña "Lengua madre solo hay una", para llamar la atención sobre el uso excesivo de palabras provenientes del inglés que se emplean a diario, especialmente en la publicidad.

Aunque la RAE admite estos vocablos y por ello los clasifica como anglicismos, la principal institución de la lengua busca proteger sus propias palabras y evitar que las foráneas predominen en el lenguaje, tanto visual, como escrito y oral.

"Es la primera campaña invadida de inglés, contra la invasión del inglés", así presenta la RAE el video



en tono de parodia donde se ofrecen unos anteojos con el efecto *blind* (ciego en inglés) en un comercial publicitario: unas gafas que no permiten ver en absoluto.

Estas gafas las pidieron de manera gratuita personas que se dejaron cautivar por la publicidad, pero luego, tras enterarse del tal efecto *blind*, les quedó la enseñanza de que los anglicismos en el español no son garantía de claridad a la hora de comunicarse y, aunque suenen 'bien', nada mejor que la lengua materna.

La campaña ha tenido muy buena recepción y desde las redes sociales son innumerables los comentarios a favor de la Real Academia para hacerle frente a la invasión de los anglicismos.

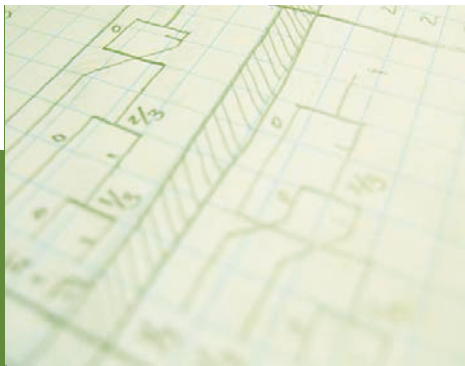
Vea el video aquí: <https://youtu.be/KVIEEIFtkVg>

* Con información de SDPnoticias



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

Curso Infografía para editores Módulos I y II



Definición de la infografía:

La infografía es la expresión gráfica más compleja para la muestra de la información cuyos contenidos: son hechos, datos, sucesos y/o acontecimientos, la explicación de cómo algo funciona, o la información de cómo es una cosa.

Infografía es un término creado por la industria periodística que tiene como objetivo informar de diferente manera, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones la representación visual de la información.

Hoy en día, con el desarrollo de la tecnología, esta forma de comunicación se ha apropiado de herramientas audiovisuales que antes eran imposibles de utilizar para explicar una noticia en los medios tradicionales. Películas, animaciones, sonidos y aplicaciones interactivas forman parte de una nueva generación de gráficos que los profesionales de ese sector denominan como infografía online o multimedia.

Dirigido a:

Todos aquellos editores que deseen incorporar, conocer y proponer el trabajo de gráficos visuales en publicaciones editoriales, escolares, multimedia y redes sociales.

Objetivo prácticos primer módulo:

- Conocer a la infografía su presente, pasado y futuro
- Entender su proceso, uso y ventajas
- Diferenciarla de otras herramientas visuales
- Como ejecutar y utilizar la infografía
- Distinguir, generar y crear a información para realizar un gráfico infográfico

Objetivo prácticos segundo módulo:

- Estructura del boceto y su importancia en la realización de gráficos
- Conceptualización de la infografía y proyección de la estructura narrativa
- Selección de la información para la creación de gráficos
- Previsualización de los módulos de la información
- Selección y desarrollo de los elementos de trabajo para su uso en la infografía
- Manejo de información matemática y selección de gráficas
- Características de las líneas de tiempo y su uso
- Visualización de la información y la estructura de datos
- Decisión, creación y uso de la imagen central en las infografía
- Presentación de la infografía y sus características según su dispositivo de presentación
- Cierre del taller y presentación de trabajos finales

Fechas:

Módulo I

**Del 13 al 14 de junio
de 2016**

Horario: de 10:00 a 14:00 horas

Fecha límite de registro:

7 de junio de 2016

Módulo II

**Del 4 al 5 de julio
de 2016**

Horario: de 10:00 a 14:00 horas

Fecha límite de registro:

28 de junio, 2016

Instructor:

Arturo Black Fonseca

Cursó la licenciatura en diseño gráfico en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, además de numerosas especializaciones en información visual en Boston, Tiene más de 14 años de experiencia en la construcción y visualización de la información. Actualmente trabaja como Editor General de Infografía y Arte en Milenio Diario, y desde 2006 dirige su estudio de infografía visualización de datos y diseño gráfico, Creative Studio Inc, como director de Arte. A trabajado para diversas publicaciones y diarios en México, Estados Unidos y Sudamérica. Implementado sistemas infográficos y de arquitectura de la información para diversas casas editoriales. Así como proyectos de análisis de información e infografía para diversas empresas. Se especializa en el manejo de gráficos de información, Ilustración, diseño gráfico y multimedia. Cuenta con varias distinciones a nivel nacional e internacional en reconocimiento a sus proyectos.

Formas de pago:

Cheque, depósito: Cuenta 52 03 80 20 4 18

Transferencia: Cuenta 01 41 80 52 03 80 20 41 87

Banco Santander a nombre de CANIEM

Cargo a tarjeta de crédito y efectivo.

Inversión:

Afiliados: \$ 1,800 más IVA

No afiliados: \$ 2,700 más IVA

Nos reservamos el derecho a cancelar o posponer las actividades académicas que no reúnan el mínimo de participantes.

Informes e inscripciones: Leticia Arellano
5604 3294, exts. 728 y 714, capaci@caniem.com
Holanda 13, colonia San Diego Churubusco,
Coyoacán, 04120, Ciudad de México



Reuniones y cursos - Mayo/Junio

Lunes 30	09:00 a 14:00 Curso Epub3 Enriquecidos, Maquetación Fija
Martes 31	09:00 a 14:00 Curso Epub3 Enriquecidos, Maquetación Fija
	09:00 Reunión CEMPRO-CANIEM
	17:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros
Miércoles 01	09:00 Reunión Comisión de Ferias
Jueves 02	17:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros
Sábado 04	09:00 a 15:00 Maestría Diseño y Producción Editorial
	10:00 a 13:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros



Consejo Directivo 2016-2017

Presidente

Sr. Carlos Anaya Rosique

Vicepresidenta

Lic. Mireya Cuentas Montejo

Vicepresidente

Ing. Carlos Federico José Graef Sánchez

Secretario

Ing. José María Castro Mussot

Tesorero

Lic. Jesus Buenaventura Galera Lamadrid

Pro-Secretario

Sr. Rogelio Villarreal Cueva

Pro-Tesorerera

Lic. Patricia López Zepeda

Consejeros

Ing. Jorge Luis Arnau Ávila
Lic. Lorenza Estandía González Luna

Ing. Hugo Andreas Setzer Letsche

Mtro. Ignacio Uribe Ferrari

Ing. Mauricio Volpi Corona

Consejeros Suplentes

Mtro. Javier Ángeles Ángeles

Lic. Juan José Salazar Embarcadero

Holanda 13,
colonia San Diego
Churubusco, Coyoacán,
Ciudad de México

Teléfono:

5688 2011

E-mail:

difusion@caniem.net

Síguenos en:



/CEditorial



@CEditorial

FedEx®
Express