



[BIBLIOTECA DE LA
UNIDAD
ACADEMICA DE
ESTUDIOS
REGIONALES DE LA
COHU-UNAM]

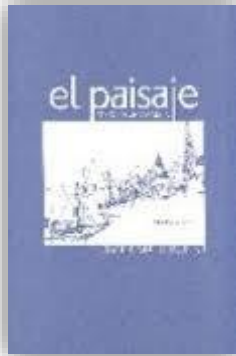
Boletín de
Novedades
Bibliográficas
Enero 2017

El paisaje. Génesis de un concepto

Javier Maderuelo

Abada

3ª. edición, 2013, 341 p.



En este libro se investiga sobre los procesos y los cambios culturales y perceptivos que activaron o frenaron las ideas relacionadas con las concepciones del paisaje, desde sus orígenes hasta su consolidación en los primeros años del siglo XVII. Basándose en la historiografía y apoyándose en una serie de métodos destilados por disciplinas tales como la lingüística, la fenomenología, la hermenéutica, la antropología, la geometría o la cartografía, se construye una historia de la mirada como parte de la historia más general de la cultura europea. La génesis del concepto <<paisaje>> se ha rastreado a través de diferentes manifestaciones, tales como el diseño y creación de jardines, la mención en la literatura de parajes agradables, la representación pictórica de lugares reales, la aparición de *loggias* y miradores en los edificios desde los que contemplar los parajes y, sobre todo, la consolidación de un término específico para nombrar el <<paisaje>>, en la idea de que en tanto esa palabra concreta no surge y es usada, el concepto no ha logrado cuajar en una cultura..

La etnografía. Método, campo y reflexividad

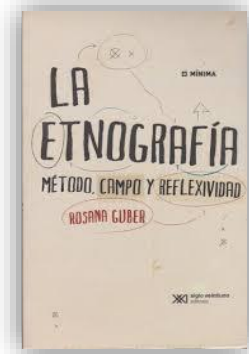
Rosana Guber

Siglo XXI

2015, 160 p.

El método etnográfico consiste en animarse a abandonar la comodidad de una oficina y meter los pies en el barro del terreno, a fin de entender cómo vive y piensa, siente y cree un grupo humano. Para lograrlo, el etnógrafo deberá comparecer en persona ante los miembros de ese grupo y sostener un contacto prolongado con ellos, conversando y compartiendo actividades sociales tan variadas como cocinar, bailar o jugar al fútbol, siempre que sus condiciones de género, edad, grupo étnico y competencia general lo hagan admisible. ¿El secreto? Mantener el delicado equilibrio entre observar y participar.

En este libro, Rosana Guber revisa los elementos básicos de este enfoque, empezando por el lugar de la problemática y fructífera relación entre el investigador y los “nativos”, esos “otros” siempre exóticos y familiares a la vez. Así, explica la incidencia de los prejuicios y la laboriosa construcción de la confianza mutua, y describe aspectos clave de la investigación etnográfica: las formas de registro, los distintos tipos de entrevista y la decisiva instancia de la escritura.

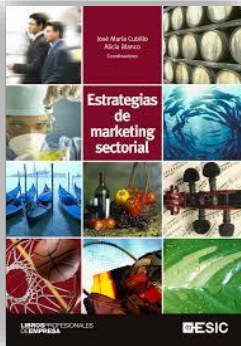




[BIBLIOTECA DE LA
UNIDAD
ACADEMICA DE
ESTUDIOS
REGIONALES DE LA
COHU-UNAM]

Boletín de
Novedades
Bibliográficas
Enero 2017

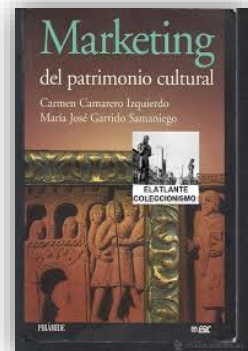
Estrategias de marketing sectorial
José María Cubillo y Alicia Blanco
ESIC
2014, 268 p.



El objetivo de este libro es tratar, para el área de marketing, esta creciente especialidad en sectores de actividad, que requiere de conocimientos más específicos y sectoriales. El libro se dirige principalmente al estudiante avanzado de licenciatura y de Máster en Dirección y Gestión de Empresas (MBAs) que cuente con conocimientos previos en el campo del marketing. La estructura en catorce capítulos, que cubren áreas de especialización de creciente interés en el ámbito empresarial, está diseñada para que, dentro de los grados-licenciaturas del nuevo sistema de Bolonia, el programa encuadre fácilmente en las semanas lectivas de un cuatrimestre académico. Asimismo, y debido a la profunda cobertura de los temas y el apoyo de ejemplos y casos prácticos de empresas, también constituye un excelente instrumento para los cursos intensivos *Executive* y un manual de apoyo para los directivos del área de marketing de cualquier tipo de empresa.

Marketing del patrimonio cultural
Carmen Camarero Izquierdo y María José Garrido Samaniego
ESIC
2008, 258 p.

El patrimonio cultural ha adquirido en los últimos tiempos un papel de dinamizador socioeconómico y favorecedor del desarrollo local, a través de su explotación como una nueva forma de turismo: el turismo cultural. Según la filosofía actual, el marketing, orientado a conocer las necesidades de los clientes para crear productos capaces de satisfacerlas, es una herramienta necesaria para la gestión estratégica del patrimonio. No obstante, la aplicación de los conceptos y políticas de marketing a la gestión del patrimonio cultural debe tener en cuenta varios aspectos específicos: — La conservación necesaria de los recursos para garantizar su continuidad y sostenibilidad, por tratarse de un producto que posee valores históricos, de identidad, autenticidad, conocimiento científico, etc. — La existencia de varias organizaciones implicadas en su gestión. — La necesidad de satisfacer las exigencias de múltiples públicos objetivo (visitantes, residentes y agencias de turismo, entre otros). En esta obra se describen algunas de las actividades y políticas de marketing que tienen más relevancia en la gestión del patrimonio: el análisis del comportamiento y las expectativas del visitante, la segmentación del mercado y la selección del público objetivo, el desarrollo del producto patrimonial, la fijación de precios y otras fuentes de ingresos (el patrocinio, el mecenazgo y las subvenciones públicas), la captación de fondos, la distribución, la promoción y difusión, y la comunicación de la oferta.

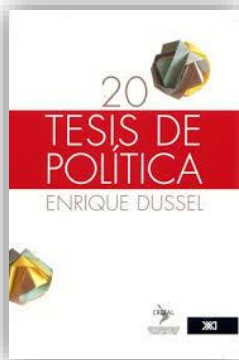




[BIBLIOTECA DE LA
UNIDAD
ACADEMICA DE
ESTUDIOS
REGIONALES DE LA
COHU-UNAM]

Boletín de
Novedades
Bibliográficas
Enero 2017

20 tesis de política
Enrique Dussel
CREFAL-Siglo XXI
2006, 174 p.



Estas veinte tesis de política van dirigidas primeramente a los jóvenes, a los que deben comprender que el noble oficio de la política es una tarea patriótica, comunitaria, apasionante. Es verdad que la actividad política se ha corrompido en gran medida, en particular entre los países poscoloniales, porque nuestras élites políticas desde hace 500 años han gobernado para cumplir con los intereses de la metrópolis en turno (España, Portugal, Francia, Inglaterra y hoy Estados Unidos). Considerar a los de abajo, a la comunidad política nacional, al pueblo de los pobres, oprimidos y excluidos, es tarea que cuenta con poca prensa y prestigio. Por ello, ante la reciente experiencia latinoamericana de una cierta “Primavera política” que se viene dando desde el nacimiento de muchos nuevos movimientos sociales, debemos comenzar a crear una nueva teoría, una interpretación coherente con la profunda transformación que nuestros pueblos están viviendo.

Nuevo institucionalismo: gobernanza, economía y políticas públicas
Xosé Carlos Arias y Gonzalo Caballero (editores)
Centro de investigaciones Sociológicas (CIS)
2013, 302 p.

A lo largo de las últimas décadas, las instituciones han retornado al centro de atención de las ciencias sociales, y lo han hecho sobre bases teóricas innovadoras. Su estudio constituye un asunto central en la economía política moderna, y los esfuerzos interdisciplinarios entre economistas, politólogos y sociólogos han impulsado unas nuevas ciencias sociales institucionales. Referencia fundamental de estos nuevos enfoques, ha sido, en el ámbito de la economía, la Nueva Economía Institucional, pero paralelamente el análisis institucional ha progresado con fuerza y relevancia en la agenda de trabajo de la sociología y ciencia política. Este libro proporciona contribuciones que permiten un acercamiento solvente al nuevo institucionalismo en las ciencias sociales y recoge aportaciones que se sitúan en la frontera de investigación del análisis institucional sobre gobernanza, economía y política.





[BIBLIOTECA DE LA
UNIDAD
ACADEMICA DE
ESTUDIOS
REGIONALES DE LA
COHU-UNAM]

Boletín de
Novedades
Bibliográficas
Enero 2017



Origen, evolución y positivización de los Derechos Humanos
Alonso Rodríguez Moreno
UNAM / M.A. Porrúa
2011, 77 p.

El objetivo de este folleto es, por una parte, ahondar en los orígenes conceptuales de los derechos humanos, con la finalidad de encontrar los elementos teóricos que los sostienen y, por otra parte, observar cómo han ido evolucionando estos derechos en las diversas declaraciones que se han hecho de ellos, comenzando por las norteamericanas y terminando con la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948.

Es importante estudiar el origen y la evolución de los derechos humanos porque esto nos permite tomar conciencia de la necesidad de actualizar o repensar ciertos elementos teóricos o ciertas tomas de postura antropológicas que dieron respuesta a su tiempo, pero que, para el nuestro —tiempo lleno de cambios críticos y sumamente rápidos—, se quedan cortos y es necesario expandirlos o, de plano, sustituirlos por otros.

Versión electrónica: <https://goo.gl/pm0A5M>

Bestiario
Juan José Arreola
Joaquín Mortiz
2007, 69 p.

CUENTO



Tomando como punto de partida los bestiarios medievales en los que con espíritu científico se catalogaba y describía la fauna existente (y la legendaria), Arreola nos expone en *Bestiario* su particular colección de animales que, a través de su visión poética e irónica, también (y sobre todo) le sirve para examinar al ser humano. *Bestiario* es una pieza de orfebrería de un escritor imposible de encasillar por su originalidad y su diversidad, en la que la concisión de los textos no hace sino aumentar la sorpresa del lector al descubrir un fértil universo de ideas, imágenes y temas, expresado mediante un lenguaje aparentemente sencillo, pero rico en matices sintácticos y sonoros.