

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$306.00

Editorial:

Año: 2008

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788489239913

En los últimos años estamos asistiendo a una serie de transformaciones en la sociedad española que están afectando directamente a la industria del libro. Esos cambios tienen que ver con los nuevos hábitos de consumo, con la segunda revolución en las tecnologías, con la llegada de la generación web 2.0, y con la consolidación del bienestar del bajo coste. El cliente, a su vez ha cambiado, por lo que el sector del libro parece estar abocado a adaptarse a este nuevo ecosistema. El tradicional paradigma de edición, distribución y comercialización del libro -establecido desde los años 70 y 80- ha proporcionado hasta ahora un modelo operativo para cierta resolución de problemas. Pero la aparición de ciertas "anomalías" ha propiciado el surgimiento de la crisis, debida al fracaso repetido del intento de resolver la anomalía utilizando los recursos del paradigma al uso. Desde hace años asistimos a un debate abierto y no resuelto sobre la crisis que el sector del libro español está atravesando. La reiterada aparición de anomalías nos ha llevado a rechazar la tesis de que estamos ante una simple crisis sectorial, y a analizarla, en cambio, como manifestación de un cambio profundo real, no teórico. El sector del libro está viviendo un profundo cambio de paradigma, que está propiciando la redefinición de las relaciones entre los tres actores implicados, editores, distribuidores y libreros. Se nos plantea la necesidad, por tanto, de recurrir a un nuevo punto de enfoque, para la toma eficaz de decisiones a medio y largo plazo. El objeto de este estudio no es el libro, su definición o el diagnóstico de sus constantes vitales, sino el mercado y la industria del libro español. Dicho estudio va a partir de un análisis previo de las tendencias globales que inciden de manera directa en el sector del libro; continúa con la descripción de las consecuencias que la aparición del nuevo paradigma está teniendo en la práctica diaria de editores, distribuidores y libreros; y finaliza proponiendo un decálogo