

La edición científica ante el nuevo paradigma digital

JULIO ALONSO ARÉVALO
JOSÉ A. CORDÓN GARCÍA
Grupo E-Lectra

BRUNO MALTRÁS
Universidad de Salamanca

La edición digital marca un antes y un después en casi todos los ámbitos disciplinares y de género, la aplicación de la tecnología no es un elemento neutro respecto a la lectura, la investigación y en el aprendizaje. Aquí se hace un análisis de las características y tendencias de la edición digital en el ámbito científico, las particularidades evolutivas y disruptivas con respecto a su contraparte impresa. Por ello se utiliza una metodología que aplicó en su día Marshal Macluhan donde se analizaba el carácter innovador de una tecnología en función de una serie de cuestiones tales como qué acrecientan o intensifican, qué hacen caduco o desplazan, qué recuperan que antes había caducado, qué producen o devienen cuando se comprimen al extremo. En función de los aspectos considerados se llega a la conclusión de que instituciones, editores, y usuarios deben aprovechar las nuevas capacidades del formato digital como las diferentes capacidades de comercialización para adecuarlas de manera más precisa a las necesidades de los usuarios, y como estos pueden aprovechar las posibilidades del nuevo formato para aprovechar mejor los sistemas de aprendizaje e investigación científica.

Palabra clave: libros electrónicos, Edición científica, Edición digital, Lectura digital, Comercio editorial, Industria editorial. Investigación, Aprendizaje.

THE SCIENTIFIC EDITION FACING THE NEW DIGITAL PARADIGM

Abstract: The digital edition marks a before and after in almost every discipline and gender fields, the application of technology is not a neutral element with respect to reading, research and learning. Here is an analysis of the characteristics and trends of digital publishing in the scientific field, evolutionary and disruptive regarding its printed counterpart is made particularities. Therefore a methodology that applied at the time Marshal Macluhan where the innovative character of a technology based on a number of issues such as which increase or intensify, making obsolete or

Nº 111, Enero-Junio 2016, pp. 64-94

displace be analyzed is used, which recover previously had expired, what produce or become when compressed to the extreme. Depending on the aspects considered it concludes that institutions, publishers, and users should take advantage of the new capabilities of digital format as the different marketing capabilities to adapt them more precisely to the needs of users, and how they can harness the potential of the new format to better use learning systems and scientific research.

Keyword: ebooks, scientific publishing, digital publishing, digital reading, publishing Trade Publishing. Research Learning.

El tiempo que vivimos no es precisamente una época de certezas. Nada de lo que ahora conocemos, ni siquiera el último descubrimiento científico, tiene garantizado un espacio en un planeta hiperconectado y en permanente evolución. La digitalización de los contenidos ha provocado en menos de un lustro cambios casi revolucionarios en todos y cada uno de los elementos de la cadena editorial como no habíamos asistido hasta entonces desde prácticamente la invención de la imprenta. La aparición de los libros electrónicos y las prestaciones asociadas a los mismos a través de las aplicaciones de eReader y tablet, blog, plataformas y sistemas de lectura social, etc., han puesto en cuestión las definiciones canónicas asociadas al libro tradicional, lo que a su vez está trastocando las pautas y hábitos de lectura en particular (Alonso-Arévalo and Cordón-García 2015). La inmaterialidad del formato abre innumerables posibilidades en todos los sentidos, y también importantes retos que debemos de enfrentar, lo digital está impactando en la forma de crear contenidos, de comunicarlos, de leerlos y de medir el impacto de la investigación, ya que el formato digital obedece a una nueva forma de pensar, pues pensar en digital implica nuevos paradigmas como es lo social, lo abierto, la remezcla, valores que estaban ausentes en el contexto analógico (Cordón García et al. 2013). Respondiendo con ello a un modelo de tecnologías disruptivas, es decir tecnologías o innovaciones que conducen a la desaparición de productos, servicios que utilizan preferiblemente una estrategia no sostenible frente a la nueva tecnología, que tiende hacia una progresiva consolidación en el mercado. Steev Sinofsky, ex directivo de Microsoft explica los retos que frente al sistema enfrenta un producto «disruptivo» (Sinofsky et al. 2014). Distingue cuatro fases:

1. *Disrupción*

En una primera fase se produce el reemplazo de alguna solución existente, ampliamente utilizada y que hasta el momento ha sido satisfactoria (El libro impreso), sin que la nueva tecnología (eBooks) sustituya completamente a la precedente, llegando a ser considerada algo poco importante, casi experimental y que no va a afectar al modelo de negocio existente. Esto es lo que ocurrió con la aparición de los

dispositivos lectores y con la llegada de los sistemas de autopublicación durante los años 2007-2009.

2. Evolución

La segunda fase es la de evolución, que describe cómo después de la ruptura inicial, la industria comienza a relajarse y permite que los nuevos agentes desarrollen sus ideas. El agente tradicional continúa su trabajo con normalidad, aunque en cierto modo tolera la nueva tecnología y empieza a incorporar cambios en su propio negocio. Esto mismo ocurrió con el crecimiento inicial de los *ebooks* que despertó el interés de los editores, y muchos de ellos adoptaron algunos de los elementos clave de los libros electrónicos sin renovarse e innovar su negocio. Se correspondería con los años 2010-2013 cuando los editores incorporaron contenidos digitales, pero en el fondo consideraban que se trataba del mismo contenido, aunque en formato digital.

3. Convergencia

La fase 3. Convergencia, es cuando las partes perturbadoras y los agentes tradicionales empiezan a trabajar juntos, ya que, según Sinofsky, las tecnologías más antiguas evolucionan por una necesidad de estabilización. Hay una amplia aceptación de la nueva tecnología y los primeros la adoptan, lo que permite a la industria resolver la situación. Esto se correspondería según Cuddyen con la situación actual en 2015, y según el autor en esta fase el peligro fundamental está en la complacencia de los editores tradicionales con la situación actual, ya que consideran que esta situación se puede revertir y dejan de planificar para el futuro (Cuddyen 2015).

4. Reimaginación

La fase 4: Re-imaginación es, en opinión de Sinofsky la “última etapa de la tecnología de interrupción... cuando una categoría o la tecnología se ha re-imaginado desde el principio.” Alude con un ejemplo a lo que está sucediendo en otros sectores como por ejemplo en el del Taxi con respecto a la tecnología de Uber, una aplicación tecnológica disponible en más de 270 ciudades y 50 países de todo el mundo, que pone en contacto usuarios pasajeros y usuarios conductores con tan sólo apretar un botón, lo que ha provocado airadas protestas de los profesionales del taxi.



Disrupción e Innovación

Por lo tanto Gareth Cuddyen “Publishing’s Digital Disruption Hasn’t Even Started” (Cuddyen, op. cit) pone de manifiesto que estamos en la fase 3 de la teoría de las tecnologías disruptivas. Esta situación el autor la compara con la de la música cuando en 2011 las ventas de música empezaban a recuperarse, la industria musical pensó que el gran tsunami que estaba transformando el sector había terminado, a pesar de las ventas digitales representaban el 64% del total, lo que provocó que entre los diferentes agentes existiera el consenso de que el mercado se había estabilizado y estaba de vuelta a la normalidad. Pero en ese mismo año un sueco puso en marcha Spotify, que después de sólo cuatro años en el mercado cuenta en la actualidad con 15 millones de suscriptores y 60 millones de usuarios activos en todo el mundo. El modelo de negocio de Spotify ha perturbado claramente la industria de la música, con artistas que ahora buscan innovadoras formas de edición y promoción que

les permita generar un nivel de ingresos suficiente. Para el mundo de la edición es importante tener en cuenta estas experiencias que aunque obedecen a productos, modelos y contextos diferentes nos pueden proporcionar algunas pautas de utilidad y una experiencia enriquecedora. Por lo que la estrategia a seguir en este contexto es estar atento a las nuevas tendencias y estar predispuestos a experimentar con ellas, ya que como en su día puso de manifiesto McLuhan refiriéndose a las nuevas formas de comunicación y a las tecnologías que las representan éstas han de responder a las siguientes preguntas (McLuhan 1993):

1. ¿Qué acrecientan o intensifican?
2. ¿Qué hacen caduco o desplazan?
3. ¿Qué recuperan que antes había caducado?
4. ¿Qué producen o devienen cuando se comprimen al extremo?

La edición científica no ha sido ajena a todos estos cambios, antes bien se ha situado en la vanguardia de muchos de ellos, intentando resolver muchos de los problemas que el tránsito de lo analógico a lo digital había planteado, intentando resolver la indefinición de un modelo de negocio que no acababa de asentarse y que, con ciertas reminiscencias nostálgicas, todavía confunde las prestaciones y funcionalidades, con los productos y la propia empresa editorial, dando lugar a decisiones en muchos casos erróneas (Esposito, 2015). La transformación digital está haciendo emerger tendencias tan poderosas que su integración o no en la hoja de ruta editorial marcará la línea indeleble del éxito o el fracaso. La recopilación de datos, por ejemplo, acerca de los usos y prácticas de los investigadores se ha erigido en un elemento determinante de quehacer editorial. Las plataformas y modelos más desarrollados incorporan esta información como algo consustancial con la supervivencia editorial. La edición científica ha de adaptarse a este modelo en el que las economías de escala desempeñarán un papel fundamental. La adquisición de Mendeley por Elsevier, por ejemplo, responde a esta estrategia consustancial con un modelo disruptivo como el que más adelante se analiza. Las asimetrías estructurales inherentes al tamaño de la empresa, a la capacidad de penetración del mercado y visibilidad internacional existente hasta hace poco se van diluyendo gracias a los sistemas de acceso abierto y de experiencias de comunicación alternativa en los procesos de diseminación de la información científica.

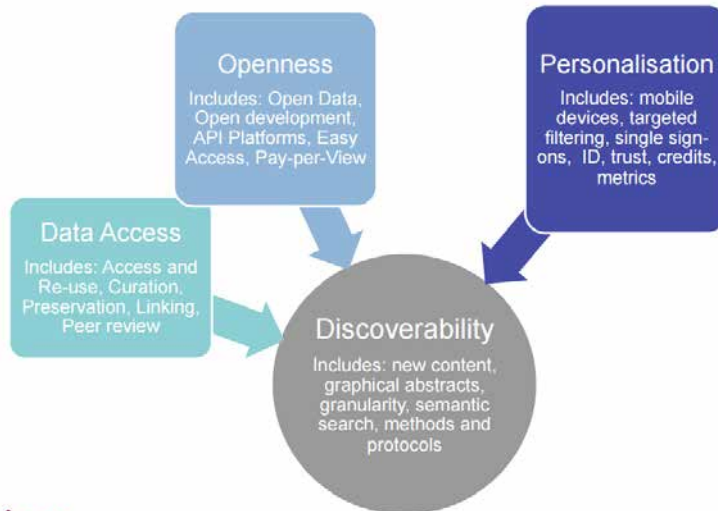
Cada primavera se reúne la Asociación Internacional de Editores Científicos (International Association of STM Publishers y, entre otras cosas, analizan las tendencias más consolidadas para los próximos años en el ámbito de las publicaciones académicas.

Las reflexiones de este foro han constituido a lo largo de los años una bitácora de consulta imprescindible para conocer las grandes líneas de desarrollo en la edición científica. La mayoría de ellas se han mantenido desde sus primeras definiciones, en

el año 2011, con un protagonismo mayor o menor, como líneas de fuerza o como elementos subyacentes. En ese año se articularon 4 grandes ejes en torno a los que articular la innovación y el crecimiento futuro en la edición científica:

Apertura, personalización, acceso a los datos y descubribilidad.

STM Future Lab Technology Trend Watch 2011 and beyond



stm

Tendencias STM 2011

Si analizamos la evolución de la edición científica en los años siguientes podemos comprobar como los principales hitos que se producen en la misma obedecen a algunos de estos vectores.

En 2013 las líneas de fuerza que pergeña la STM se comienzan a introducir algunos temas que constituyen factores críticos en la edición científica, como la emergencia de la lectura híbrida, multidispositivo, la aparición de formatos como epub3 que enriquecen la interactividad y la experiencia multimedia, la importancia de la minería de datos y la curación de contenidos.

El acceso abierto y la implementación de canales para el mismo por parte de las grandes compañías alerta sobre la inexorable consolidación del mismo.



Tendencias STM 2013

Los años 2014 y 2015 constituyen periodos en los que la innovación editorial va paralela a la transformación tecnológica y las modificaciones que ésta introduce en las posibilidades de diversificación de los productos y en la paulatina adaptación a las prácticas de publicación de los investigadores. La progresiva automatización de muchos de los procesos de análisis en la estructuración de la cadena de valor de la publicación científica permite incrementar el conjunto de prestaciones puestas al servicio del investigador y de los editores.

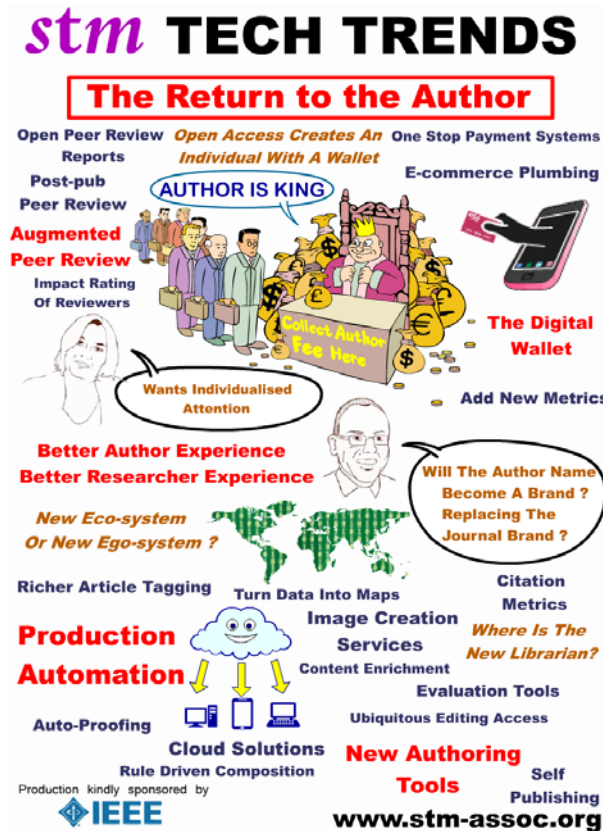
stm TECH TRENDS

The Machine Is The New Reader



Tendencias STM 2014-1

Curiosamente, y frente a lo que podría colegirse de esta deriva, la figura del autor cobra una fuerza inusitada gracias a los nuevos modelos de publicación que comienzan a aparecer. Los sistemas de reconocimiento y visibilización del autor como marca cobran gran importancia, determinando un cambio de política de muchas editoriales científicas que vuelven la mirada hacia los servicios de consolidación y fortalecimiento de este elemento fundamental de cualquier estructura productiva. Las posibilidades introducidas por las métricas tradicionales y las alternativas van creando un escenario realista de las posiciones de campo que ocupan los investigadores en sus respectivas áreas.

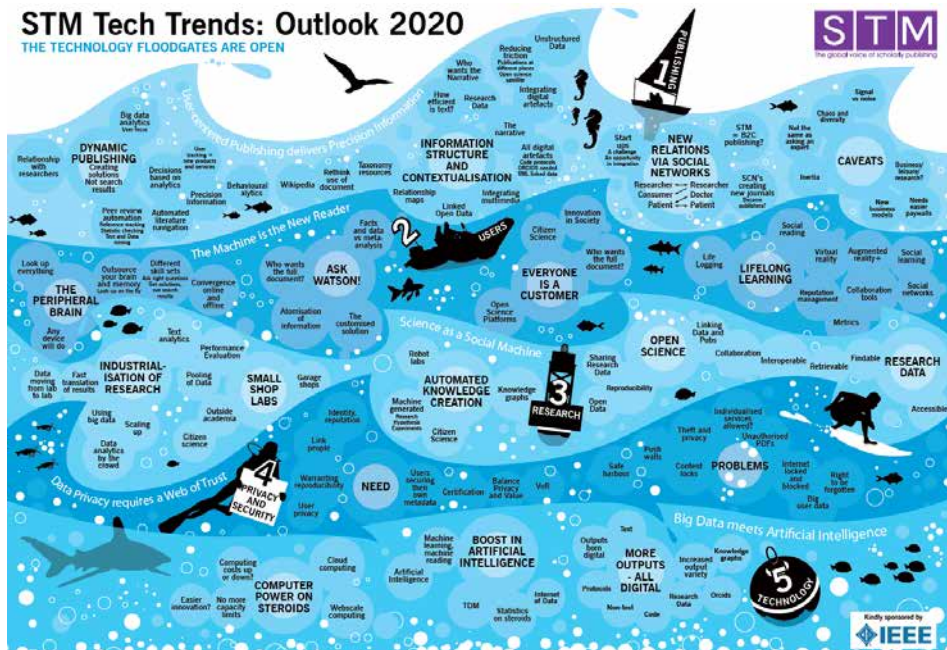


Tendencias STM 2014-2

Para ello ha sido preciso que las redes sociales, las fórmulas creativas vinculadas a la autopublicación, la comunicación científica de carácter informal, se haya ido consolidando, y que la comunidad académica le haya otorgado carta de naturaleza como medio legitimado de publicación, validado en el interior del sistema.

Estas prácticas comienzan a desplazarse de una manera centrífuga, involucrando a cada vez más científicos.

Estos procesos siguen consolidándose durante los dos siguientes años, 2015 y 2016, en un movimiento en el que la gestión de la reputación, los datos como uno de los objetivos prioritarios de los sistemas de comunicación científica y el aprovechamiento de todos los elementos disruptivos que se introducen en los modelos de negocio se integran plenamente en las editoriales y plataformas de publicación y agregación de contenidos.



Tendencias STM 2016

La tecnología ya está plenamente integrada en los procesos de comunicación científica, no como un componente meramente funcional en el desarrollo de determinadas competencias, sino como un sistema en el que la automatización de los procesos articula un escenario futuro de convivencia entre hombres y maquinas en el desempeño de cometidos de carácter intelectual. La diversidad de contenidos, la convivencia de géneros de carácter tradicional con géneros innovadores y rupturistas, cada vez más interoperables, en el que los formatos convencionales como el pdf habrán de convivir con otros más propicios al intercambio y la intervención sobre ellos son realidades que, aunque previstas para un desarrollo a 4 años vista, empiezan a asentarse en nuestras prácticas cotidianas. No son posibilidades abiertas a las que el editor ha de responder, sino líneas de trabajo de cuya incorporación o no dependerá la supervivencia de la edición científica, o de determinados editores científicos.

Estas son algunas de las cuestiones que es preciso abordar en unos momentos de tránsito entre modelos cuyo futuro está aún por definir. Un ejemplo paradigmático de este cambio de modelo en el mundo editorial fue el anuncio hecho por la Enciclopedia Británica de que, después de 244 años, dejaría de publicar su edición

impresa de 32 volúmenes. Por lo tanto analicemos estas variables en relación al libro electrónico, y más en concreto respecto al libro electrónico universitario.

¿QUÉ ACRECIENTAN O INTENSIFICAN?

El libro electrónico está transformando las estructuras preestablecidas de modelos editoriales, sobre todo en los aspectos relativos a modelos de negocio, derechos de autor, impacto en los lectores y en las formas de lectura, ya que añade múltiples funcionalidades inherentes a las posibilidades del formato impreso. El formato digital permite muchas más posibilidades de comercialización que el libro impreso, por lo cual las editoriales deben aprovechar al máximo estas nuevas posibilidades. iniciativas que son extrapolables a la edición académica. El éxito de estos modelos convierte los servicios de edición universitaria en una institución ideal para la experimentación con los textos digitales. Se puede decir que las editoriales universitarias están en condiciones inigualables para el desarrollo de estos modelos de negocio.

Acceso al contenido y lectura sincronizada

Una de las cuestiones clave está en la inmaterialidad del libro, tiene que ver con la disociación entre continente y contenido, que dota al libro de un hábito más flexible que permite impulsar nuevas posibilidades. El almacenamiento del contenido digital “en la nube” potencia enormemente la capacidad para proporcionar servicios a los usuarios finales para descubrir, seleccionar y acceder a los libros que necesitan en un momento determinado desde cualquier dispositivo. Esto permite lo que se denomina lectura sincronizada, es decir poder acceder en cualquier tiempo y lugar, en una fórmula denominada como 24/7 a cualquier contenido, y no solamente al contenido también a las intervenciones que hayamos hecho sobre el mismo como pueden ser anotaciones personales, destacados, subrayados, etc. Esto en el ámbito científico cobra una importancia capital, quienes investigamos necesitamos en determinadas ocasiones disponer de un dato concreto, de una anotación allá donde nos encontramos, todo esto lo favorece el formato digital, que permite el almacenamiento en la nube y el acceso inmediato al contenido y a las intervenciones que hayamos hecho sobre la obra.

Modelos de préstamo y alquiler de ebooks

Otra de las tendencias innovadoras que dominarán los próximos años la edición académica estará constituida por la posibilidad de préstamo, intercambio y alquiler de libros de texto electrónicos o de otra naturaleza, desarrollado por compañías que a cambio de una suscripción permitirían este servicio. Hoy en día, los libros de texto electrónicos (eTextbooks) representan en los mercados de referencia como en el de

la enseñanza superior en EE.UU cifras cercanas al 20%. Según el informe “Digital Migrations: a guide to successful school wide eTextbook adoptions” el 62% de los gestores académicos creen que más de la mitad de los libros en uso en sus instituciones estarán en formato digital en los próximos 10 años. Siendo este uno de los sectores en el que las previsiones de crecimiento son mayores (2012). Los libros de texto electrónico suponen una ayuda para el estudio que está ganando popularidad día a día. Los libros de texto electrónico son cada vez más accesibles, en lugar de cargar con libros impresos, los estudiantes pueden usar sus dispositivos móviles para acceder a los libros de texto en línea durante las clases, además el nuevo formato les permitir ahorrar más de la mitad del precio del libro impreso. Del mismo modo los libros de texto electrónico están demostrando ser un excelente sustituto de los libros de texto universitarios impresos; un estudiante puede ahora encontrar una palabra exacta o un tema más rápido, copiar y pegar el texto en sus cursos y publicar un comentario en el e-book, además de acceder a un aprendizaje no lineal en el que se integran elementos multimedia de todo tipo. Siendo este uno de los sectores en el que las previsiones de crecimiento son mayores.

El alquiler de libros de texto es un modelo extendido en muchas de las universidades de todo el mundo, y es un sistema que ha demostrado su éxito entre estudiantes que prefieren pagar una cantidad anual inferior a lo que supondría la compra de las obras en propiedad. Todas las grandes editoriales están desarrollando modelos de préstamo de libros digitales a través de sus plataformas entre ellos Kindle Textbook Rental, Barnes & Noble Rental Books, Boundless Learning, Chegg, CourseSmart, Campus Book Rentals, eCampus, CengageBrain, Textbookx, Direct Textbook, o la plataforma española INGebook. Amazon ofrece desde julio de 2011 un servicio de alquiler de libros de texto en formato Kindle, llamado Kindle Textbook Rental, que según su propia publicidad permite ahorrar hasta un 80% respecto a los libros de texto impresos. El sistema permite al usuario escoger entre 30 y 360 días y pagar sólo por el tiempo exacto que necesita un libro, dando además posibilidad de acceder a las notas que se hayan realizado sobre el mismo incluso después de que el alquiler expire, gracias a la tecnología Whispersync de sincronización en la nube. Barnes & Noble también tiene su propio programa de alquiler de libros electrónicos B&N Rental Textbooks con miles de libros de texto disponibles para 30, 60, 90, 130 o alquiler al día, con la opción de extender el período de alquiler o proceder a la compra del libro, y con gratuidad de envío, prometiendo un ahorro de hasta el 70%. Para el préstamo de documentos científicos en alquiler existe la plataforma EDU-Library. Una buena práctica a reseñar en este sentido en España es INGebook una plataforma de libros electrónicos en español que, en sus inicios, se especializó en ingeniería y ciencias. Actualmente, es multidisciplinar. Sólo tiene textos universitarios en castellano. La plataforma la componen cuatro editoriales: Pearson, García-Maroto, McGraw-Hill y Reverté. En la página principal de IngEbook se pueden consultar todos los libros que a día de hoy se encuentran en la plataforma fundamentalmente manuales con

títulos de primer interés. Permite una tarifa plana de 19,90 euros y alquiler de libros de texto con un ahorro de hasta el 80% para estudiantes.

Autopublicación

Otra de las grandes tendencias tiene que ver con la autopublicación (Furtado 2013). La auto-publicación sigue creciendo –de acuerdo con un análisis reciente de los datos del ISBN de EE.UU., elaborado por Bowker (2014d), el número de libros de auto-publicado en 2012 alcanzó de más de 391.000 títulos, lo que supone un aumento del 59% respecto a 2011; y un 422 por ciento más que en 2007. Ya los libros electrónicos autopublicados representan el 40 por ciento de los ISBN que se asignaron en 2012, frente a sólo el 11 por ciento en 2007. Smashwords realizó un estudio en 2013 para analizar los datos de ventas de libros autopublicados y también dio a conocer sus resultados clave en un esfuerzo para ayudar a los autores y editores a vender más libros electrónicos. Los principales actores en el sistema de autopublicación son: AuthorSolutions (47,094 títulos publicados, ahora propiedad de Penguin), Smashwords (40,608) y Lulu (38,005). El informe no menciona a Blurb, que afirma que en los últimos 18 meses 575,000 habían utilizado sus servicios de autopublicación. Las bibliotecas han empezado a reconocer este hecho y están empezando a hacer cambios en sus procedimientos de compra y presupuestos, para que puedan disponer de más libros electrónicos autopublicados para reflejar mejor las realidades del público lector. Los autores que deciden publicar sin la mediación de una editorial están produciendo libros relevantes que vale la pena leer, libros que tienen un importante impacto en nuestra cultura, en los individuos, y en las editoriales, por lo que una de las líneas de incremento de las colecciones en bibliotecas es esta (LaRue 2013).

Acceso abierto

Los contenidos tienden a ser más libres (para el usuario final). Como las iniciativas de acceso abierto UnGlue.It, Knowledge Unlatched y Digital Public Library of America (DPLA), DOAB e incluso contenidos proporcionados por editoriales académicas con y sin fines de lucro. Una de las cuestiones que es preciso resolver con respecto al acceso abierto para que este sea viable en el ámbito de las publicaciones académicas, esto tiene que ver con la capacidad de resolver el problema del alto coste de los libros de texto, con el control de su calidad, con la capacidad de los servicios de publicaciones de desarrollar un sistema sólido de distribución y acceso a los contenidos, creando modelos sostenibles, y con el reconocimiento por parte de la comunidad.

OAPEN (Publicaciones de Acceso Abierto en las redes europeas, www.oapen.org) se inició en 2008 como un proyecto financiado por la UE coordinado por

Amsterdam University Press. La Fundación OAPEN es una iniciativa internacional dedicada a la publicación de monografía en acceso abierto, basada en la Biblioteca Nacional en La Haya. OAPEN desarrolla modelos de acceso abierto para los libros y colabora con editoriales académicas e institutos de investigación para construir una colección de libros de acceso abierto a través de la Biblioteca OAPEN (Adema 2010). OAPEN participa actualmente en dos proyectos piloto en los Países Bajos y el Reino Unido sobre la experimentación con la publicación de las monografías Open Access (2013a). En este mismo estudio se ponía de manifiesto que libros científicos en Acceso Abierto aumentan el descubrimiento, ventas e impacto. Los resultados del estudio son sumamente interesantes, pues demuestran como el acceso abierto beneficia a las ventas, uso e impacto de los libros electrónicos académicos. Para el desarrollo del mismo se publicaron, entre junio de 2011 y noviembre de 2012, un total de 50 libros electrónicos, por parte de 9 editoriales diferentes. Por cada título en acceso abierto, los editores publicaron uno similar en formato convencional para poder establecer la comparación. Se recogieron datos sobre el uso, las ventas y los costes de publicación de las obras con objeto de poder estudiar el efecto del acceso abierto en las monografías académicas. OAPEN-NL desarrolló un análisis cuantitativo u otro cualitativo para la medición de los efectos de la publicación en acceso abierto y su influencia en las percepciones y expectativas de editores y autores. La investigación mostró que la publicación en acceso abierto no tuvo efecto alguno sobre la venta de libros. El miedo de las editoriales a que las ventas de libros disminuyeran si se ofrecían los mismos títulos en acceso abierto, se manifestó infundada. Por otra parte, el uso en línea de libros en acceso abierto aumentó considerablemente al igual que el descubrimiento de estos libros a través de diferentes plataformas.

OAPEN-NL también recogió datos para obtener una visión de los costes relacionados con la publicación de libros académicos. Según el informe, la publicación de una monografía en Holanda cuesta un promedio de 12.000 €. Aproximadamente la mitad de estos costes son atribuibles a la edición en abierto. Los costes restantes se derivan de la impresión y difusión de la versión en papel.

Los resultados de esta investigación son importantes, porque confirman estudios previos (Cordón García et al. 2011) y porque pueden resolver el problema planteado para los investigadores de Humanidades y Ciencias Sociales respecto a la publicación de monografías. La publicación electrónica en acceso abierto favorece la visibilidad y proyección de los autores, no perjudica la posibilidad de publicación en otros formatos y agiliza la transmisión del conocimiento científico.

El informe final contiene una gran cantidad de recomendaciones para mejorar el acceso abierto para las monografías, dirigido a todos los interesados en la publicación de libros académicos, particularmente editores científicos e investigadores.

OAPEN puso en marcha en 2012 un nuevo servicio nuevo para monografías de acceso abierto (DOAB) que proporcionará un índice de búsqueda de monografías

revisadas por expertos y volúmenes editados publicados bajo un modelo de negocio de acceso abierto, con enlaces a los textos completos de las publicaciones en el sitio web de la editorial o en el repositorio. Al igual que existe un Directorio para las Revistas de Acceso Abierto (DOAJ), tiene sentido tener algo similar para el floreciente mundo de las monografías de OA. El objetivo principal de DOAB es aumentar la capacidad de descubrimiento de los libros de acceso abierto. Editores universitarios serán invitados a proporcionar los metadatos de sus libros de acceso abierto en DOAB. Los Metadatos son recolectados con el fin de maximizar la difusión, visibilidad e impacto. Los agregadores pueden integrar los registros de sus servicios comerciales y las bibliotecas pueden integrar el directorio en sus catálogos en línea, ayudando así a académicos, estudiantes y público en general a descubrir los libros. El directorio estará abierto a todas las editoriales académicas y debe contener el mayor número posible de libros, siempre que estos libros sean revisados y publicados en acceso abierto. DOAB determinará los requisitos para que los editores puedan acreditarse como editores de libros científicos de acceso abierto y mantendrá un procedimiento de certificación.

JISC y OAPEN celebraron el encuentro “Open Access Monographs in the Humanities and Social Sciences conference” en la British Library los días 1 y 2 de julio de 2013. El informe de la conferencia ofrece una visión general de todas las presentaciones y contiene recomendaciones para todos los actores involucrados en la publicación de la monografías en acceso abierto (2013b) .

Los mensajes clave que surgieron de la conferencia fueron los siguientes:

- Abrir las monografías no es sólo posible, si no necesario si queremos ser capaces de innovar, comunicar y difundir la información más ampliamente en las áreas Humanidades y la investigación en Ciencias Sociales para construir un futuro sostenible para las monografías.
- El aseguramiento de la calidad es la clave para la adopción exitosa de una política editorial de Acceso Abierto.
- Se requerirá de la colaboración en toda la cadena de suministro
- Debemos ser flexibles y estar dispuestos a satisfacer modelos innovadores, no sólo para mantener las monografía, sino además para establecer sistemas de revisión por pares, mejorar el impacto y acrecentar la reputación de las publicaciones.

OAPEN del Reino Unido acaba de publicar un informe sobre los cinco años de monografías de Ciencias Sociales y Humanidades en Acceso Abierto que fue financiado por JISC y por Arts and Humanities Research Council (AHRC) (2016). El estudio cubre el desarrollo del proyecto OAPEN lanzado en 2010, ya que todos los esfuerzos en este sentido se habían centrado en las revistas y en las áreas de Ciencias y Tecnología, sin tener en cuenta que los libros siguen siendo el más importante medio de comunicar sus hallazgos por parte de los investigadores en las Humanidades

y Ciencias Sociales. Aunque no hay una estrategia coherente para la publicación de monografías en acceso abierto, y esta no está exenta de desafíos, el informe establece una serie de recomendaciones basadas en tres principios básicos.

1. *Pluralidad.* La investigación en las humanidades y las ciencias sociales es diversa, al igual que sus formas de publicación; tanto los métodos con los que se financian los investigadores y sus monografías, como el proceso de publicación en sí, pueden tener una importante variedad de formas diferentes.
2. *Alianzas.* Además de los diversos grupos de interés, esta investigación pone de relieve la existencia de un número amplio de proveedores que necesitan estar involucrados en el diálogo acerca de los modelos de acceso abierto para monografías.
3. *Transparencia.* El camino al acceso abierto para monografías no es sencillo. Son varios los factores que lo dificultan, ya que las monografías son diferentes a las revistas, y entre sí, hay sutilezas en las relaciones, existiendo una variedad de perspectivas, incluso cuando se comparte un objetivo común; hay muchos modelos diferentes de publicación, lo que hace la tarea más complicada.

Otro proyecto en este sentido es Knowledge Unlatched una iniciativa de “acceso abierto” para monografías académicas en humanidades y ciencias sociales. La iniciativa se basa en el pago de una tarifa plana para las bibliotecas participantes, que sirve para a su vez pagar a los editores un honorario para “desbloquear” los títulos y ponerlos en “acceso abierto” para todos. La colección 2014 incluye libros de la historia, ciencia política y literatura. Knowledge Unlatched es una oportunidad para que las bibliotecas puedan garantizar que el gasto en monografías asegure el mayor acceso posible a los libros académicos. También ofrece a las bibliotecas oportunidades de ahorro que aumentarán en función de la escalabilidad del proyecto con un modelo sostenible. El modelo en principio tiene el potencial de transformar el acceso al conocimiento y las ideas contenidas en las publicaciones académicas y permite a las bibliotecas que actúen como catalizadores de un cambio hacia el Acceso Abierto. Cualquier biblioteca puede registrarse en el proyecto.

Springer, uno de los mayores editores STM comerciales del mundo, con cerca de 2.000 revistas y 7.000 libros nuevos publicados cada año, lanzó su modelo Springer Open Choice en 2004 y ha seguido ampliando sus programas de acceso abierto. En este sentido la editorial Springer está ampliando su programa de acceso abierto(OA), ofreciendo una opción de acceso totalmente abierto para los libros, que extenderá el programa SpringerOpen. En virtud de su nuevo programa de libre acceso para los libros electrónicos, los autores pagan una tarifa de acceso abierto en el inicio del proceso de publicación, y el libro se hace entonces plena e inmediatamente disponible, y por lo tanto de acceso gratuito en SpringerLink para cualquier persona en el mundo con acceso a Internet. Los títulos de libros de programa SpringerOpen Book serán incluidos en el Directorio de los libros de acceso abierto (DOAB), el servicio

de descubrimiento de los libros de OA que aumenta la visibilidad y fiabilidad de los libros OA. También se incluyen automáticamente en las colecciones de libros electrónicos de Springer, sin costo adicional para asegurar una distribución máxima. Los derechos de autor para el libro entero de acceso abierto, incluyendo todos los capítulos permanecen bajo control del editor/autor. SpringerOpen Book se publican bajo la licencia Creative Commons con Reconocimiento No comercial (CC BY-NC). Esto facilita la distribución abierta y la libre reutilización y el intercambio de la obra para fines no comerciales, siempre y cuando los autores / editores se atribuyen correctamente. Springer Open acepta monografías completas, volúmenes editados, actas de congresos y libros cortos. Además de esta versión electrónica gratuita, se ofrecerá la posibilidad de una edición impresa para aquellos que deseen comprar la obra en formato impreso. Libros Springer Open se someten al mismo alto nivel de revisión por pares, así como a la producción y los procesos de publicación seguido por los tradicionales libros de Springer.

Integración de redes sociales y entornos compartidos

Las plataformas han incorporado numerosas aplicaciones 2.0 que posibilitan la intervención del usuario sobre los recursos que ofrece. La personalización del entorno de trabajo muy significativa permitiendo crear y agregar carpetas, revisar, anotar y etiquetar los contenidos de las mismas, compartirlas mediante sindicación y efectuar valoraciones y revisiones. La incorporación del usuario a través de sistemas de lectura social Las editoriales han de mentalizarse de que el libro como objeto ha devenido en libro como servicio una vía de obligado recorrido para las editoriales universitarias. De este modo, el enfoque digital ofrece un servicio que no concluye con la publicación de la obra sino que con esta inicia un sistema de intervenciones que favorecen su inserción en un contexto académico y científico más amplio. Las dificultades existentes respecto a la adopción de libros electrónicos no son en modo algunos insalvables y constituyen una hoja de ruta para avanzar en modelos de negocio razonables y acordes con los presupuestos de la edición electrónica.

Modelos de licencia para bibliotecas

Los modelos de licencias de libros electrónicos para bibliotecas son un segmento más de negocio y visibilidad del libro para las editoriales científicas. Por lo general los modelos de negocio de libros electrónicos en bibliotecas se basan en el préstamo de libros electrónicos en línea en el que la biblioteca paga por el acceso a los recursos que están alojados en un sitio web de terceros. Este concepto de diversificación de las posibilidades de acceso en función de las necesidades, es el núcleo del modelo de préstamo de ebooks en biblioteca ya iniciado por algunas editoras como Ebsco eBooks o eBrary, que ofertan a las bibliotecas todos los modelos posibles, aunque en condiciones de acceso y precios diferentes. Cualquier servicio editorial debe tener

en cuenta un modelo de negocio orientado a bibliotecas, así lo está haciendo UNE a través de acuerdos con REBIUN y la creación de una plataforma como UNEBOOKS. Además como ya hemos visto muchos prestatarios de libros electrónicos compran libros electrónicos. Se trata de lectores más intensivos. Y las previsiones de necesidades futuras son aún más halagüeñas, ya que un estudio de la ALA confirma que los libros electrónicos son un área de crecimiento robusto de las bibliotecas, ya que en los próximos años las bibliotecas públicas deberán de comprar 2 billones de licencias de eBooks para atender las necesidades de los usuarios. Actualmente el 65% de las bibliotecas públicas compran copias digitales adicionales para cumplir con las necesidades de sus usuarios.

A razón de todo lo expuesto se puede decir que la biblioteca es para las empresas un punto más de distribución de contenidos por varias razones, la primera porque proporciona visibilidad a sus contenidos, la segunda porque las bibliotecas están comprando muchas licencias de acceso para disponer de ejemplares múltiples debido a la gran demanda por parte de los usuarios, y porque además el catálogo es un punto más de venta más, ya que en el registro que se proporciona a la biblioteca aparece la posibilidad de que el usuario también pueda comprar el libro. Respecto a los modelos de comercialización, las bibliotecas prefieren la compra a perpetuidad y la elección título a título “pick and choose” en lugar de colecciones.

Por otra parte expresar qué es lo que las bibliotecas piden a los editores para la comercialización de libros electrónicos para préstamo en bibliotecas, según los datos de la encuesta de Library Journal.

- Un precio adecuado, es la razón más importante elegida por un 99% de los casos.
- Una amplia selección de títulos.
- Opciones diversas de formato para múltiples dispositivos.
- Una interfaz fácil de usar con servicios adicionales 2.0, en la nube, etc.

Si bien el sector del libro electrónico en el ámbito académico reviste una serie de características y circunstancias que nos permiten aventurar una serie de líneas de fuerza por las cuales discurrirá la edición científica universitaria en los próximos años.

La comunicación científica no se entiende sin la existencia de los servicios de publicaciones universitarios. De hecho en buena parte los procesos de acreditación de la calidad de las universidades se apoyan en buena medida en la existencia de un servicio de publicaciones asociado a la misma. Manuscritos cuya salida carecía de fundamento comercial y de otros alicientes que los inherentes al interés científico en muchas ocasiones no encuentran otra forma de publicación que la de las editoriales institucionales que contribuyen de este modo a lo que se ha venido denominando “bibliodiversidad” de las publicaciones. Por lo que la edición se erige en uno de los

componentes fundamentales del circuito de publicación científica, ya que los objetivos de carácter económico no han estado entre sus prioridades.

Sin embargo, en los últimos años varios servicios de publicaciones universitarios se han visto obligados a desaparecer. El problema es que las restricciones presupuestarias, las políticas de compra de las bibliotecas universitarias, que priman los paquetes de los grandes grupos en detrimento de las editoriales pequeñas y locales, la baja circulación de sus obras, la contradicción entre el tiempo empleado en la investigación y la visibilidad que alcanza esta ha llegado al corazón de las editoriales universitarias. Pero la universidad necesita disponer de medios para comunicarse con su entorno social, económico y cultural a través de la divulgación de sus trabajos. ¿Cuál es el mejor modo de hacerlo teniendo en cuenta el contexto socioeconómico y tecnológico en el que nos encontramos? La respuesta radica en las oportunidades que para las editoriales universitarias representa la edición digital y la reformulación de los marcos de comunicación académica para garantizar una mayor accesibilidad del público a la investigación.

La digitalización de la edición ha necesitado importantes inversiones tecnológicas, lo que ha llevado a que los grandes grupos multinacionales tengan cada vez un mayor control del mercado, en buena parte debido a la enorme capacidad que tienen estas empresas multinacionales para asegurar una importante visibilidad de sus productos y por lo tanto una difusión internacional de las obras y sus autores. Por lo que a veces los grupos nacionales especializados no tienen más remedio que plegarse a los intereses de estos grandes grupos. De hecho las absorciones y adquisiciones se han incrementado con el modelo digital.

Muchos de los nuevos adquirentes provienen de fuera de la industria editorial tradicional y han acabado consolidándose con modelos de negocio que afectan a toda la cadena editorial, es el caso de Apple, Amazon o Google. Son grupos de gran tamaño que desarrollan una auténtica estrategia mundial, y responden a los principios de cualquiera otra empresa multinacional: globalización, segmentación, diversificación. Y junto a estos grandes grupos editoriales se han ido articulando plataformas de uso múltiple con funciones de agregación de contenidos. Plataformas que revisten un carácter similar al de los grupos editoriales. Elsevier, Thomson, Ebsco, etc.

La digitalización de contenidos y la progresiva integración en la misma de todos los procesos editoriales respondió primeramente a una necesidad del sector por economizar y racionalizar los procesos de producción, distribución y ventas, a la necesidad de ahorrar costes, incrementar los márgenes de beneficio y eliminar elementos de incertidumbre en la respuesta del mercado además.

Los nuevos modelos en el contexto digital responden a nuevos conceptos, a la asunción de nuevos valores, ausentes en la cultura analógica como la existencia de una cultura de lo abierto, lo social, lo compartido, la copia, la remezcla, o en el caso

de los autores y editoriales, la construcción de reputaciones virtuales. La materialización del “sentido social”, de la retroalimentación a través de la red, es algo que va a tener influencia en la forma en que se desarrollan los productos y servicios editoriales, tanto en el ámbito comercial como en el académico.

Las cifras muestran que las editoriales españolas mantienen su apuesta por el libro digital. Los resultados de la última edición del estudio Comercio Interior del Libro en España constatan nuevamente la tendencia ascendente del canal de venta de libro electrónico, cuya cifra de facturación crece más de un 37%, alcanzando los 110,02 millones de euros (80,27 millones de euros en 2013). Con este dato se sitúa como el quinto canal de venta de libros, por detrás de librerías, cadenas de librerías, empresas e instituciones, e hipermercados, y por delante del quiosco, las bibliotecas, la venta telefónica, correo, clubs, Internet y suscripciones (2015a). Cifras a las que ha contribuido poderosamente la edición electrónica. Esta progresión de la edición digital ha continuado donde uno de cada cuatro títulos registrados por la Agencia del ISBN era un libro en formato digital. Una cuestión significativa es que el crecimiento de la edición en los últimos años se debe exclusivamente a los soportes digitales, que ya representan el 15,9% del conjunto de la edición en el caso de los libros de creación literaria, en los que el formato digital representa ya el 25.

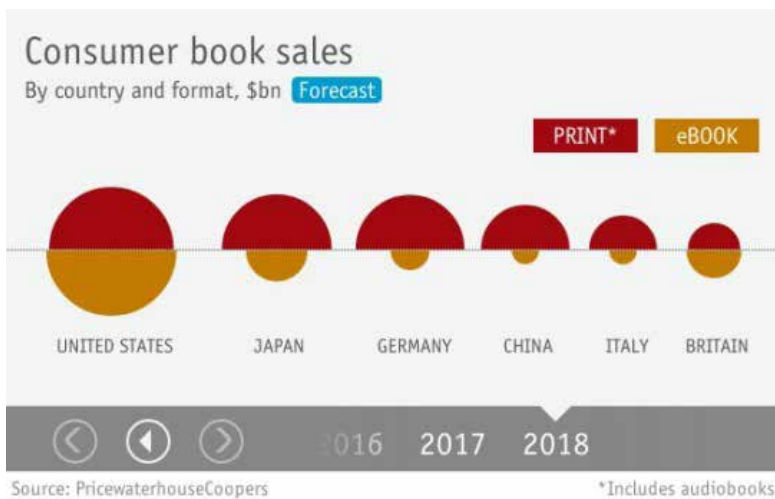
Valor de las herramientas eLearning

Los Editores académicos están reconociendo el valor de las herramientas de e-learning, y están reconociendo el valor de involucrar a los jóvenes estudiantes con los contenidos interactivos, los editores académicos siguen reconociendo el valor de la integración de herramientas de e-learning en sus recursos para mejorar la experiencia de investigación para todos los involucrados. Esto ya no implica simplemente la incorporación de herramientas de citas y funciones de personalización. Significa trabajar con instituciones académicas para conectar directamente con el plan de estudios, la posibilidad de suministro de contenidos por parte de los profesores con las posibilidades de tener herramientas para crear sus propios libros de texto; incrustación de herramientas de enseñanza que permitan a los educadores monitorear el progreso del estudiante; complementando con videoconferencias, y más. Reciente la asociación de SAGE con Coursera, para el desarrollo de un curso en línea abierto masivo (MOOC), es un ejemplo destacado de como una editorial académica establecida sale de su zona de confort para poner de sus recursos a disposición de millones de estudiantes que utilizan MOOCs. Según Lynch la mayoría de las editoriales universitarias serán organizaciones relativamente pequeñas, cuyo cometido consistirá en el trabajo con los autores, pero también con los investigadores, bibliotecarios, documentalistas y especialistas en información que permitirán la inserción del libro en un contexto documental más amplio, garantizando la máxima visibilidad de las obras a través de las informaciones recogidas y difundidas por los

motores de búsqueda, una correcta indización de las mismas y su presencia en las bases de datos más significativas. Todo ello sin perder las señas de identidad de una monografía académica (Lynch 2012). La calidad de las obras vendrá avalada no tanto por las ventas o circulación de las mismas sino por las citas recibidas y el uso efectivo de las mismas. De este modo la lógica de la publicación electrónica se adapta mejor a la de la publicación académica que por su naturaleza provisional requiere de actualizaciones permanentes y revisiones constantes.

Impacto en los lectores

Con el aumento de la lectura digital se ha producido un aumento de los estudios de usuarios. Existen encuestas sobre un universo más amplio de población como las realizadas por el IDPF, CERLAC (2015b) DELOITTE (2014c) Bargain (2014a) Pew, que muestra el crecimiento de la lectura digital. Un estudio realizado por PricewaterhouseCoopers ((PwC) 2014) muestra que las ventas de libros electrónicos superarán a los libros impresos antes de 2018 – pero sólo en EE.UU. y Reino Unido (PDF). Según este estudio a nivel mundial, cuando se empieza a analizar la industria del libro por país, se aprecian enormes diferencias en la cuota de mercado y crecimiento. Estos datos se corresponden con los de otro estudio reciente de Statista (Statista 2014)



Ventas de libros electrónicos e impresos, previsiones para 2018 (PWC)

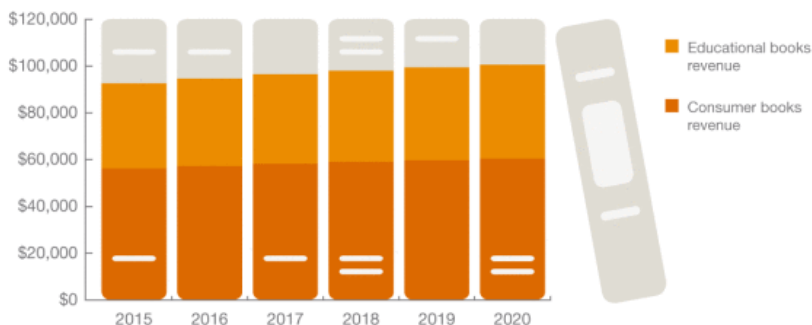
Aunque según el nuevo informe (PricewaterhouseCoopers 2016) parece que esta previsión no se cumplirá, al menos de manera inmediata, ya que la venta de libros electrónicos, aunque seguirá creciendo a expensas de la venta de libros impresos, lo

hará muy lentamente. Según el informe, más que compensando la disminución del descenso de ventas de libros impresos, los libros electrónicos están impulsando el crecimiento en el negocio de la edición. El crecimiento de los libros electrónicos publicados a través de editoriales está sufriendo un importante descenso, mientras que las ventas de libros autopublicados está teniendo un rápido incremento debido entre otras cuestiones a que se vende a un precio de referencia muy reducido respecto al precio medio marcado por las editoriales tradicionales. El sector de los libros profesional es la categoría más potente en cuanto a ventas en el mercado digital, ya que es mucho más práctico para los usuarios profesionales disponer del libro en formato digital que obtener las alternativas impresas. El crecimiento de los libros electrónicos profesionales obtuvo un crecimiento el último año del 11,7%, lo que compensa con creces la disminución de ventas del libro impreso que disminuyó en un -2,8%. En conclusión, los libros electrónicos están creciendo a expensas de las ventas del libro impreso, pero sólo representa una pequeña proporción de los ingresos totales. La venta de libros autopublicados y profesionales son los sectores más dinámicos del libro digital, y su crecimiento está compensando la caída de ventas en el mercado del libro impreso.

Los ingresos obtenidos por los libros a nivel general se están viendo influenciados por los libros más vendidos. Los ingresos totales de edición de libros tendrá un crecimiento del 1,7% en los próximos cinco años. Dentro de este aumento general, los libros educativos experimentarán el mayor crecimiento (1,9%), pero de crecimiento será más lento en el resto de los libros (1,5%) que representan aproximadamente la mitad del mercado.

Book publishing will remain fairly flat with professional and educational books growing slightly faster than consumer

Consumer and educational books revenue (US\$m), 2015–2020



Source: Global entertainment and media outlook 2016–2020, PwC, Ovum

Book Publishing 2015-2020 (PWC)

Aquellos que leen libros electrónicos se destacan en casi todos los aspectos sobre otros tipos de lectores: el 88% de los que leen los libros electrónicos en los últimos 12 meses también leen libros impresos. Y en comparación con otros lectores de libros, leen más libros. Leen con mayor frecuencia por una serie de razones: por placer, para la investigación, conocer temas de actualidad, y para su trabajo o estudios. También son más propensos que otros a comprar los libros más recientes, en lugar de recurrir al préstamo, y son más propensos que otros a decir que prefieren comprar libros en general. El lector medio de los libros electrónicos, dice que ha leído 24 libros de media en los últimos 12 meses, en comparación con un promedio de 15 libros por año que lee el consumidor de libros impresos. La lectura de libros electrónicos se realiza a través de una amplia gama de dispositivos. Como regla general, los usuarios propietarios de tabletas y los dueños de lectores de libros electrónicos, son más inclinados a leer más y con más frecuencia que los no propietarios. (Alonso-Arévalo *et al.* 2014).

En el caso del sector de los libros científicos en concreto, los usuarios ponen de manifiesto que las bibliotecas son las principales fuentes de acceso a los libros electrónicos, y es el catálogo el modo de acceso más utilizado en un 85%. Estos resultados son acordes con un sistema de enseñanza basado en el aprendizaje y la investigación. En este contexto los libros de texto digitales cada vez gozan de mayor aceptación. El sector de los libros de texto académicos es uno de los más prometedores a tenor de las investigaciones y prospecciones efectuadas al respecto. Los estudiantes perciben los materiales electrónicos como elementos potenciadores del aprendizaje debido al incremento de prestaciones. Estas tendencias nos llevan más cerca de un mundo post-libro de texto, donde los materiales de referencia físicos dan paso a los recursos digitales que ofrecen una mejor educación con un mayor acceso. Según el informe “Boundless Report: Ushering in a Post-Textbook” (2014b) el 92% de los estudiantes prefieren la investigación con recursos en línea frente a hacerlo con material impreso. En el caso del libro de texto las preferencias están divididas. Pero hay que tener en cuenta que los recursos digitales llevan en el mercado un tiempo relativamente corto, la reducción de las diferencias entre los recursos digitales y manuscritos muestra un claro impulso hacia el cambio a favor de los recursos digitales.

Otro informe de 2014 “Ebooks in Education: Realising the Vision” (Woodward 2014) sugiere que los libros electrónicos están adquiriendo un nivel de madurez en educación, así lo demuestra este documento encargado por JISC que recopila diversos estudios de casos que reflejan el éxito de los libros electrónicos en los sectores de educación superior y otros niveles. Sin embargo, se considera como evidente una formación imprescindible para un uso adecuado todas las posibilidades y prestaciones del formato electrónico. Formación no sólo en el uso de los contenidos, sino también en el del propio dispositivo de lectura cuyas prestaciones en gran medida se desconocen. La necesidad de incrementar la formación de alumnos y profesores en el uso efectivo de las prestaciones de las plataformas de aprendizaje. En esta línea

cada día se desarrollan nuevos proyectos, y todos ellos exploran la senda digital. Los resultados, sin embargo, muestran que el camino por recorrer, aunque necesario e inevitable, ha de superar todavía las dificultades e incertidumbre propias de los sistemas emergentes y los cambios de modelo.

Todos estos estudios demuestran que las prácticas de lectura y compra de libros, y de otros documentos, están cambiando sustancialmente y que el entorno electrónico es el más adecuado para la producción y difusión de materiales educativos.

¿QUÉ HACEN CADUCO O DESPLAZAN?

Si tuviéramos que elegir una palabra que representara la última media década sin ninguna duda sería “desintermediación”. La eliminación rápida de intermediarios -ya sean editores, minoristas tradicionales, agentes medios del libro, o agentes de la cadena de valor de la publicación- es un fenómeno bien documentado, y animado por la llegada de las “intermediaciones delgadas,” término que utiliza a menudo Glenn Fleishman, para referirse a las plataformas tecnológicas que permiten la producción directa, sin la intervención de la distribución y los esfuerzos de marketing que tradicionalmente han estado en manos de las grandes empresas. (Ashlock 2014)

A medida que cambiamos de un paradigma de publicación de pocos a muchos a un entorno de muchos a muchos, el papel del agente no es sólo saber cómo adaptarse a los nuevos sistemas de publicación, lo que es relativamente fácil; más bien, se trata de utilizar todas las rutas posibles desde la concepción a la encarnación, desde el escritor al lector. De modo que cada vez más, estas rutas se apoyan en las nuevas tecnologías, emplean nuevas estrategias, a pesar de que se basan en modelos de utilidad que se resisten a ajustarse a cualquier estructura anterior. Sin embargo, tener conocimiento de esas rutas, y el equipo necesario para utilizarlas de manera efectiva, podría producir el tipo de valor tan necesario y beneficioso que han proporcionado históricamente los intermediarios.

Ya que a pesar de la desaparición de la intermediación millones de escritores y millones de lectores no pueden encontrarse entre sí sin una introducción apropiada, por lo general organizada por un intermediario, ya sea su librero local o el motor de recomendación favorito del lector. Tradicionalmente los editores se han asociado a los autores para que les puedan comercializar sus obras los minoristas; los minoristas, recíprocamente, se han asociado a los lectores que están cerca de los editores. Pero, ¿qué han hecho los agentes? Tradicionalmente, los agentes han elegido autores para los editores: la búsqueda de autores, la segmentación poniéndoles en valor haciéndoles manejables y explotables para las masas.

En la nueva economía editorial, los agentes necesitan tomar otra dirección. Los agentes como intermediarios del futuro son los agregadores de oportunidades, son

quienes realizan la revisión de las plataformas, la segmentación, la definición de conocimientos, la evaluación y quienes aseguran la calidad. Una vez más los escritores tienen que ser conscientes de que necesitan un socio para publicar, no porque él o ella canalizaran los contenidos a través del estrecho canal de las grandes editoriales, pero si debido a que el agente, como una plataforma de publicación y un experto en su conexión con el lector, sabrá qué ruta tomar.

Los desarrollos tecnológicos como la tinta electrónica, la mayor capacidad de almacenamiento, las conexiones inalámbricas wifi y 3G, y la mayor oferta editorial sin duda han contribuido a la articulación de este cambio de tendencia. La digitalización en este ámbito es inexorable por razones económicas, sociales y culturales y todas las grandes editoriales universitarias se han incorporado a un movimiento que transformará radicalmente la oferta y el consumo educativo en cuanto a libros de texto y monografías se refiere, como ya ocurrió con las revistas científicas.

Los editores han de enfrentarse ante un concepto de libro profundamente redefinido en el contexto digital, en el que la unidad de referencia no es el libron sino los datos y los metadatos. Esto no quiere decir que el entorno digital destruya el libro pero sí que lo transforma profundamente, inscrito en una lógica que sobrepasa el soporte unitario para configurar una diversificación cada vez mayor de productos y servicios.

¿QUÉ RECUPERAN QUE ANTES HABÍA CADUCADO?

Segmentación de contenidos. Una de las características de cualquier empresa del siglo XXI es la globalización, integración vertical, diversificación y la segmentación de contenidos. El formato digital permite muchas más posibilidades de comercialización que el libro impreso. Las editoriales deben aprovechar al máximo estas posibilidades. El formato digital hace más fácilmente posible la segmentación de contenidos o contenido fraccionado. Es decir, comprar por partes de lo que anteriormente era una unidad indivisible. El usuario paga por lo que quiere o necesita y no por todo el contenido. Si solo desea un capítulo, o una parte paga solo esa parte y no el todo. Este modelo es más adecuado para los textos científicos y de aprendizaje que para la literatura de ficción. Donde un estudiante o investigador desee comprar uno o varios capítulos, pero no el resto de la obra. Esto tiene que ver con modelos que favorecen el remix. Una variante a este modelo es el de venta por entregas. Un viejo modelo que se recupera e incorpora al formato digital, y más adecuado para la ficción que para la obra científica. Una variante a este modelo es el de venta por entregas. Un viejo modelo que se recupera e incorpora al formato digital, y más adecuado para la ficción que para la obra científica.

En el pasado los sistemas de Autoedición respondían a aquello que se denominaba de manera peyorativa “edición de vanidades”. En la actualidad casi todas las

plataformas disponen de un modelo de negocio de autopublicación. De ser un mecanismo de edición denostado se está convirtiendo en una corriente principal de la edición digital, y una buena oportunidad para muchos autores. El año pasado más de 400 mil libros publicados en USA. Las listas de los más vendidos en las grandes plataformas están copadas en buena parte por este tipo de publicaciones. Muchas bibliotecas están apostando por esta fórmula como mecanismo de incremento de sus colecciones, también editoriales científicas como Springer, Penguin «book country». Un hito en cuanto a esta cuestión fue que año pasado RANDON HOUSE PENGUIN compró AuthorSolutions, la mayor plataforma mundial de autopublicación.

Una de las tendencias que dominará los próximos años la edición académica estará constituida por la posibilidad de préstamo, intercambio y alquiler de libros de texto electrónicos. El alquiler de libros de texto es un modelo exitoso y ampliamente extendido en muchas de las universidades de todo el mundo. Permite ahorrar entre un 70 a 80% en plataformas como KindleTextbook Rental, Barnes & Noble Rental Books, INGebook (España), Boundless Learning, EDU-Library, CourseSmart.

Pay per view. Paga lo que consume. Tarifa plana... por una cuota mensual pueden leer lo que deseen. «Paga por lo que consumes». Se paga únicamente por lo que se lee. Tarifas planas siguiendo el modelo Netflix. Estos modelos permiten tener un remanente casi asegurado al tener una tasa de clientes fija. Modelo similares como Pay per view. Paga lo que consumes. Paga lo que quieras idea que va orientada a ganar visibilidad. 24symbols modelo de lectura en streamingpremiun/freemiun. 70% para el autor por paginas visualizanda. En el ámbito de la enseñanza tenemos Scholastic. Modelo de suscripción a contenidos educativos, club de lectura, diccionarios y otras herramientas.

Experiencias híbridas que potencian la capacidad de comercialización de libros. Pack de comercialización de limpresso + digital. Acceso gratis por códigos QR a recursos digitales, música. Última novela de Lorenzo Silva “Música para feos” permite acceder gratuitamente a las canciones que aparecen en el libro a través de dispositivos móviles.

Todos ellos modelos con asentamiento en el que algunas de las prácticas del pasado como la venta por entregas, o la divulgación en formatos más cortos, tiene una réplica casi perfecta en el mundo digital, dando lugar a formas de comercialización más flexibles.

¿QUÉ PRODUCEN O DEVIENEN CUANDO SE COMPRIMEN AL EXTREMO?

El entorno digital no destruye el libro, pero sí que lo transforma profundamente, en una lógica que sobrepasa el soporte unitario para configurar una diversificación cada vez mayor de productos y servicios. Los libros electrónicos encarnarán la

ruptura con el libro tradicional; cada vez presentarán narratividades reticulares, no lineales, en un contexto aumentado de web en tiempo real, y de soportes de lectura que utilizarán nanotecnologías de almacenamiento. El futuro está por escribir. El libro como producto deviene en el libro como servicio (Alonso-Arévalo and Córdón-García 2015).

El Acceso Abierto como mecanismo de visibilidad. Ya hay propuestas para que las bibliotecas asuman el papel de editores. Muchos de estos libros que son de carácter científico tienen un mercado muy limitado por lo que la edición digital es la mejor de las soluciones, pues la inversión es menor, y la facilidad de distribución mucho mayor. Buena parte de las instituciones públicas ya han optado por la edición exclusiva en digital, que además de ser más barata, asegura una mayor difusión que es el objetivo final de las entidades públicas. Unido a ello muchas entidades públicas ofrecen este material en libre acceso a través de sus repositorios institucionales, ya que de este modo retorna a la sociedad la inversión que se ha hecho en ella. Iniciativas como Knowledge Unlatched: una iniciativa de “acceso abierto” para monografías académicas en humanidades y ciencias sociales, La iniciativa se basa en el pago de una tarifa plana para las bibliotecas participantes, que sirve para a su vez pagar a los editores un honorario para “desbloquear” los títulos y ponerlos en “acceso abierto” para todos.

Micromecenazgo (en inglés crowdfunding), también denominado financiación colectiva de un proyecto editorial. Se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. El micromecenazgo puede ser usado para muchos propósitos con recompensas al usuario que realiza una donación.

Gamificación. Se trata de aprender jugando de manera lógica y natural, sin esfuerzos. Aunque la gamificación no es algo nuevo, la rápida adopción de teléfonos inteligentes y la creciente integración web y aplicación al universo móvil ha convertido la gamificación en algo omnipresente, social y perfectamente integrada en la realidad de una manera que no se podría haber imaginado hace diez años. También se están utilizando para la promoción editorial BookPulse que permite proporcionar a los lectores una idea del libro a través de preguntas, concursos y juegos (gamificación) a través de preguntas en torno al argumento de la obra, personajes y otros libros del género, proporcionando un adelanto del contenido de la obra para involucrar a los lectores con el libro y después conducir la posible adquisición para comprar el libro.

DRMs. Los sistemas de protección de derechos conocidos como DRM (Digital Right Management). Los hard DRM limitan la capacidad de comercialización. Itunes sin DRM Alternativas social DRM HarperCollins, una de las 5 grandes editoras del mundo, está experimentando con un nuevo sistema llamado Digimarc Guardian Watermarking for Publishing, que añade una marca de agua -invisible para el cliente cada vez que se hace una transacción; esta marca no impide que el usuario haga

cualquiera de las acciones que tradicionalmente realizaba en el formato analógico. Pero cuando la editorial encuentra uno de sus ebooks en alguna página pirata, simplemente tendrá que ir a ella para saber quién, y en qué momento exacto se puso ilegalmente en la red. SiDiM desarrollado por la Universidad Darmstadt, en Alemania. Su propuesta consiste en añadir marcas de agua únicas a cada ebook vendido. Estas marcas de agua consistirán en un ligero cambio en la puntuación de una frase, o la alteración de una palabra. La Universidad Tecnológica de Texas ha puesto en marcha una alternativa tecnológica para solventar el problema del préstamo interbibliotecario, que especialmente afecta a bibliotecas universitarias y de investigación Occam's Reader.

CONCLUSIONES

Hay que tener en cuenta considerando los diferentes enfoques que hemos analizado en este artículo que no existe una solución única, sino una variedad de ajustes contextuales y cambios de estrategia personalizados que permitirán a los agentes y empresas, cualquiera que sea su sector o tamaño, seguir haciendo el trabajo que permite descubrir el talento, pulir y mejorar la obra, y llevar los libros al mercado. En este sentido el formato digital proporciona una coartada que se ajusta de manera más precisa a las necesidades del mercado y por tanto de los usuarios. Los editores científicos y universitarios por lo tanto deberán tener en cuenta, evaluar y aplicar las distintas configuraciones del libro digital para aprovechar todas las posibilidades que ofrece de cara a la flexibilización de propuesta, modelos de negocio para rentabilizar un sector donde la característica principal se asienta en un concepto de mercado de "nicho".

Por otra parte, el formato digital se integra perfectamente en los nuevos sistemas de aprendizaje y evaluación científica como lo ponen de manifiesto algunas de las experiencias que se han expuesto a los largo de la exposición.

Otro aspecto clave a tener en cuenta es que todos los agentes y representantes que se están adaptando con éxito a las nuevas realidades editoriales lo están haciendo mediante la expansión de lo que significa ser un intermediario. Esto significa que tienen que especializarse, ser mejor. Una de las características fundamentales de la economía digital es la flexibilidad y concurrencia de diferentes modelos de negocio. Lo impreso y lo digital no son antagónicos. Se trata de modelos alternativos y complementarios que permiten monetizar de manera más óptima los sistemas tradicionales de ventas.

El camino a lo digital parece inevitable. El entorno digital no destruye el libro, pero sí que lo transforma profundamente, en una lógica que sobrepasa el soporte unitario para configurar una diversificación cada vez mayor de productos y servicios. Los libros electrónicos encarnarán la ruptura con el libro tradicional cada vez

presentarán narratividades reticulares, no lineales, en un contexto aumentado de web en tiempo real, y de soportes de lectura que utilizarán nanotecnologías de almacenamiento. El futuro está por escribir. El libro como producto deviene en el libro como servicio. Y el mundo de la edición debe aprovechar y adaptar todas las oportunidades, porque el libro digital ha llegado para quedarse, y en una u otra manera convivirá con los formatos analógicos, si bien el entorno del libro científico es uno de los más apropiados para la transición al nuevo formato debido a las características y posibilidades que integra.

BIBLIOGRAFÍA

- Digital Migrations: a guide to successful school-wide eTextbook adoptions*. Edtion ed.: Ed Map, 2012. <http://dl.dropbox.com/u/5318244/Digital%20Migration%20White%20Paper%20-%20ED%20MAP.pdf>.
- e-InfraNet: 'Open' as the default modus operandi for research and higher education*. Edtion ed.: European Network for co-ordination of policies and programmes on e-infrastructures (e-InfraNet.eu). 2013a. <http://e-infranet.eu/wp-content/uploads/2013/03/e-InfraNet-Open-as-the-Default-Modus-Operandi-for-Research-and-Higher-Education.pdf>.
- Open Access Monographs in the Humanities and Social Sciences Conference Report*. Edtion ed. London: JISC & OAPEN, 2013b. [https://www.jisc-collections.ac.uk/Documents/Reports/OA%20Monographs%20in%20HSS%20Conferen- ce%20Report%20Oct%202013.pdf](https://www.jisc-collections.ac.uk/Documents/Reports/OA%20Monographs%20in%20HSS%20Conference%20Report%20Oct%202013.pdf).
- The Bargain Ebook Buyer*. Edtion ed.: Bargain, 2014a. <http://www.slideshare.net/BookBub/the-bargain-ebook-buyer-35403774>.
- Boundless Report: Ushering in a Post-Textbook World* Edtion ed.: boundless.com, 2014b. [http://es.scribd.com/doc/208135132/Boundless-Post-Textbook-World- Report](http://es.scribd.com/doc/208135132/Boundless-Post-Textbook-World-Report).
- Consumo Móvil en España 2014: Revolución y evolución*. Edtion ed.: Deloitte, 2014c. http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte_ES_TMT_Consumo-movil-espana-2014-def.pdf.
- Self-Publishing in the United States 2008-2013: Print vs. Ebook*. Edtion ed. New York: Bowker, 2014d. http://www.bowker.com/assets/downloads/products/bowker_selfpublishing_report2013.pdf.
- El sector del libro en España 2013-2015*. Edtion ed. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura, 2015a. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirect/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/sector-libro-abril2015.pdf>.

- Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector: El encuentro con lo digital*. Edtion ed.: cerlalc-unesco, 2015b. ISBN 978-958-671-200-2. http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2015/03/Metodologia_comportamiento-10-03-15-Digital.pdf.
- Five Year Study on Open Access Monographs in Humanities and Social Sciences*. Edtion ed. London: OAPEN, JOSCO, AHRC, 2016. http://repository.jisc.ac.uk/6274/1/JR0049_OAPEN_UK_REPORT_NOV2015_v16.pdf.
- (PWC), P. Global book publishing market, segmented by forecast rate of growth and scale, 2013–2018. 2014. <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/assets/2014/pdfs/book-publishing.pdf>.
- ADEMA, J. *Overview of Open Access Models for eBooks in the Humanities and Social Sciences*. Edtion ed.: OAPEN, 2010. <http://bpnet.eclap.eu/axmedis/4b3/00000-4b3ca034-a3a5-4be4-aaaa-cea11bcb7bbc/2/AXMEDIS7675.pdf>.
- ALONSO-ARÉVALO, J. AND J. A. CORDÓN-GARCÍA El libro como sistema: hacia un nuevo concepto de libro. Cuadernos de documentación multimedia, 2015, 26(0), 25-47. <http://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/50628>.
- ALONSO-ARÉVALO, J., J. A. CORDÓN-GARCÍA AND R. GÓMEZ-DÍAZ Comparación de los hábitos y perfil del lector digital entre Estados Unidos y España. Anales de Documentación, 2014, 17(1). <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/analesdoc.17.1.193111>.
- ASHLOCK, J. A. Redefining the Middleman. DBW, 2014. <http://www.digitalbookworld.com/2014/redefining-the-middleman/>.
- CORDÓN GARCIA, J. A., J. ALONSO ARÉVALO, R. GÓMEZ DÍAZ AND J. L. ALONSO BERROCAL *El Ecosistema del Libro Electrónico Universitario*. Edtion ed. Madrid: UNE, 2013.
- CORDÓN GARCÍA, J. A., R. GÓMEZ DÍAZ AND J. ALONSO ARÉVALO Libros electrónicos: oferta comercial y redes p2p. El Profesional de la Información, 2011, 20(2), 149-158. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15437/1/ebooksp2p.pdf>.
- ESPOSITO, J. Revisiting: When Is a Feature a Product, and a Product a Business? The Scholarly Kitchen. 2015. <https://scholarlykitchen.sspnet.org/2016/02/15/revisiting-when-is-a-feature-a-product-and-a-product-a-business/>
- CUDDYEN, G. Publishing's Digital Disruption Hasn't Even Started. DBW, 2015. <http://www.digitalbookworld.com/2015/publishings-digital-disruption-hasnt-even-started/>.

- FURTADO, J. A. Self-publishing: ¿tsunami o “business as usual”? In *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento: mercado, servicios y derechos*. Madrid: Pirámide, 2013.
- LARUE, J. Wanna Write a Good One? Library as Publisher: Envisioning a new model outside the Big Six. ALA E-Content Digital Supplement, 2013. <http://www.americanlibrariesmagazine.org/article/wanna-write-good-one-library-publisher>.
- LYNCH, C. Imagining a University Press System to Support Scholarship in the Digital Age. *The Journal of Electronic Publishing*, 2012, 13(2). <http://tinyurl.com/7esc339>.
- MCLUHAN, M. *La galaxia Gutenberg: génesis del “homo typographicus”*. Edtion ed. Barcelona: Círculo de Lectores, 1993. 424 p. ISBN 978-84-8109-009-3.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS. Book publishing will remain fairly flat with professional and educational books growing slightly faster than consumer. 2016. <<https://universoabierto.com/2016/06/14/segun-pwc-las-ventas-de-libros-electronicos-seguiran-creciendo-lentamente-a-expensas-del-libro-impreso/>>.
- SINOFSKY, S., B. PARTNER AND A. HOROWITZ The Four Stages of Disruption. *recode.net*, 2014. <http://recode.net/2014/01/06/the-four-stages-of-disruption-2/>.
- STATISTA *E-Books Set to Surpass Print in the U.S* Edtion ed.: Statista, 2014. <http://www.statista.com/chart/2823/book-market-development-forecast/>.
- WOODWARD, H. *Ebooks in Education: Realising the Vision*. edited by JISC AND H. WOODWARD. Edtion ed.: Ubiquity Press, 2014. ISBN 9781909188372. <http://www.ubiquitypress.com/site/books/detail/10/ebooks-in-education/>.