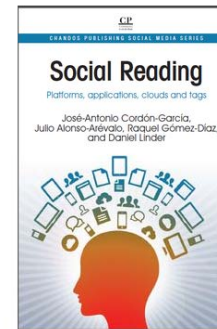




# Tendencias en edición científica digital

Julio Alonso Arévalo  
Universidad de Salamanca  
[alar@usal.es](mailto:alar@usal.es)





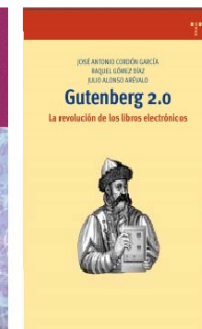
Cordon-García, José Antonio, Julio Alonso-Arévalo, et al. *Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags*, 2013. ISBN 978-1843347262



Cordón García, José Antonio, Julio Alonso Arévalo, et al. *El Ecosistema del Libro Electrónico Universitario*. Madrid, UNE, 2013. ISBN: 9788490122853



Cordón García, José Antonio, Fernando Carbajo Cascón, et al. (2012). [e-Book] *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento: Mercado, servicios y derechos*. Madrid, Pirámide, 2013.



Cordón García, José Antonio, Raquel Gómez-Díaz, Alonso-Ar'valo, Julio. (2012). [e-Book] *Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos*. Gijón, Trea, 2012. ISBN 978-84-9704-634-3



Cordón García, José Antonio, *La revolución del Libro electrónico*. Barcelona: EPI-UOC, 2012



Gómez Díaz, Raquel, *Etiquetar en la Web Social*. Barcelona: EPI-UOC, 2012

# Grupo Facebook

## LIBROS ELECTRÓNICOS

Libros electrónicos



Libros electrónicos

**facebook**

**25.000 miembros**

<http://www.facebook.com/groups/universoebook/>

# Libros que recomendarías mientras tomas un café con un amigo

Libros que recomendarías



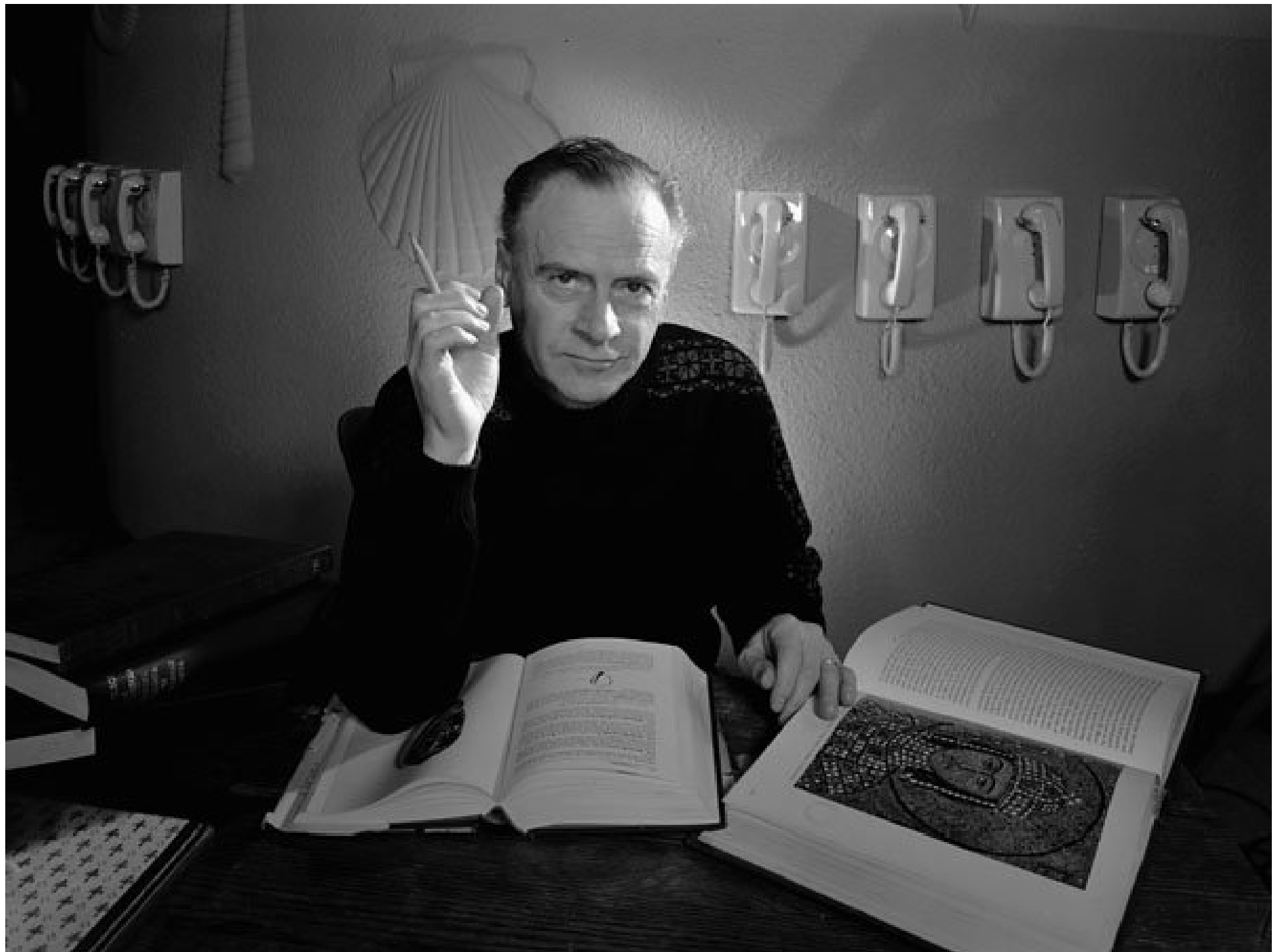
*Libros que Recomendarías a un  
amigo mientras tomas un café*

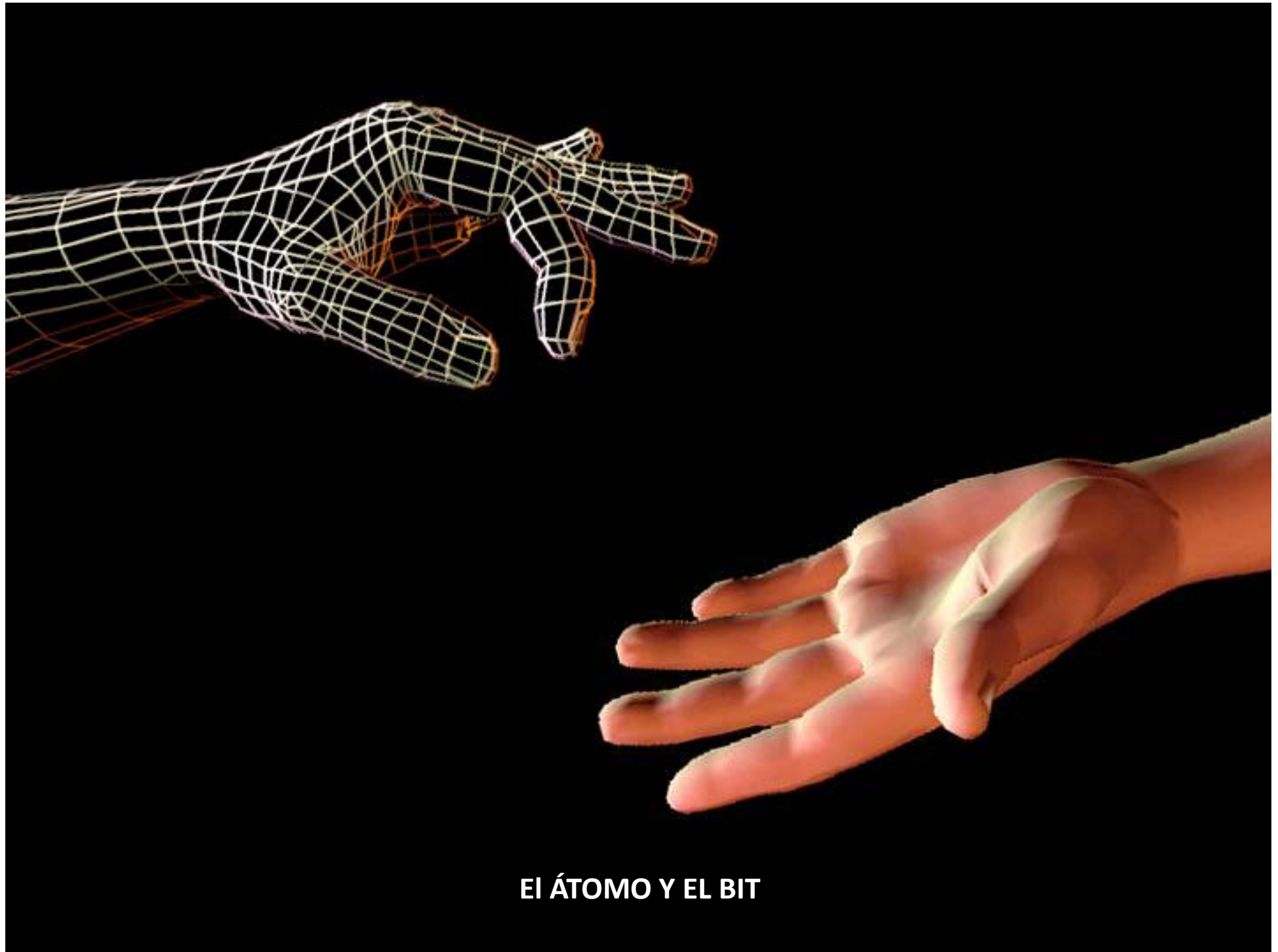
**GRUPO DE LECTURA SOCIAL**

Sólo recomendaciones  
de  
LECTOR A LECTOR

**30.000 miembros**

<http://www.facebook.com/groups/286482474746680/>





EL ÁTOMO Y EL BIT

Lo que flexibiliza todas las posibilidades

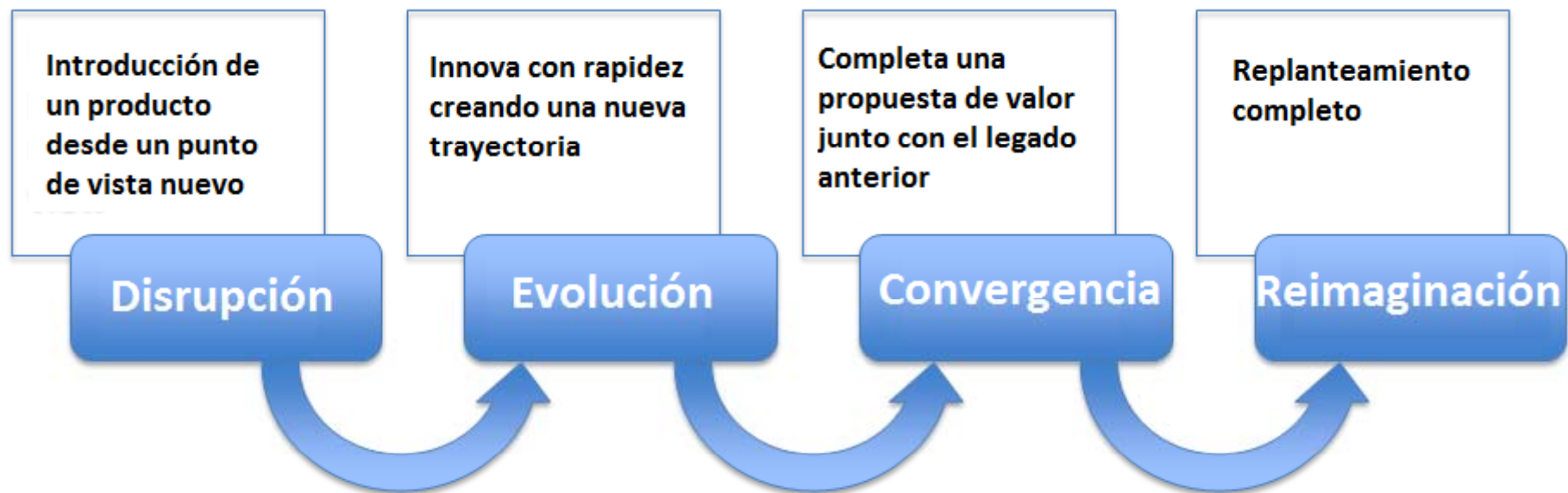


## Tecnologías disruptivas





# disruption



Sinofsky



**Disrupción**  
2007-2010  
Kindle  
Resistencia

**Aceptación**  
2010-2013  
Aceptación  
Crecimiento agudo

**Convergencia**  
2014-2017?  
Resurgimiento imp.  
Modelo Dual

**Reimaginación**  
2017-2020?  
Cambio radical  
No preparados



# Innovación en edición digital 2007-2020

 @garethcuddy

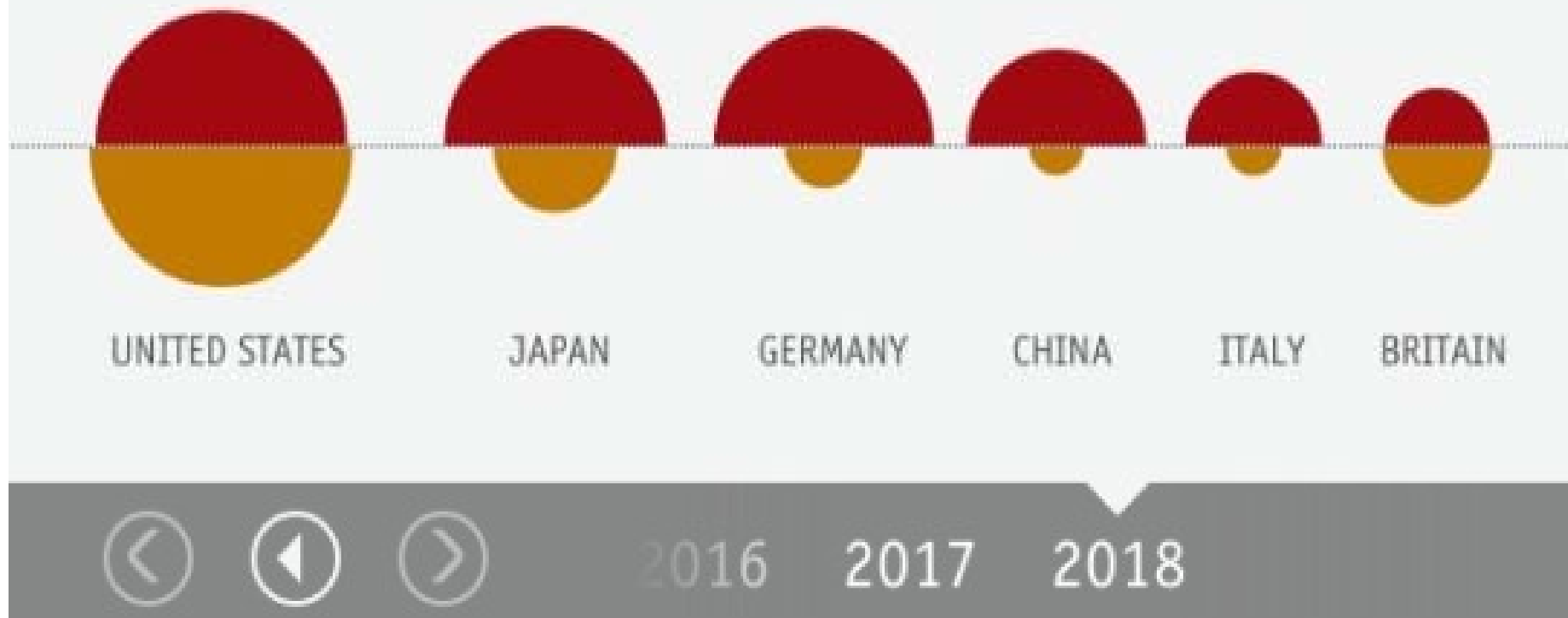
Gareth Cuddy

# Consumer book sales

By country and format, \$bn **Forecast**

PRINT\*

eBOOK

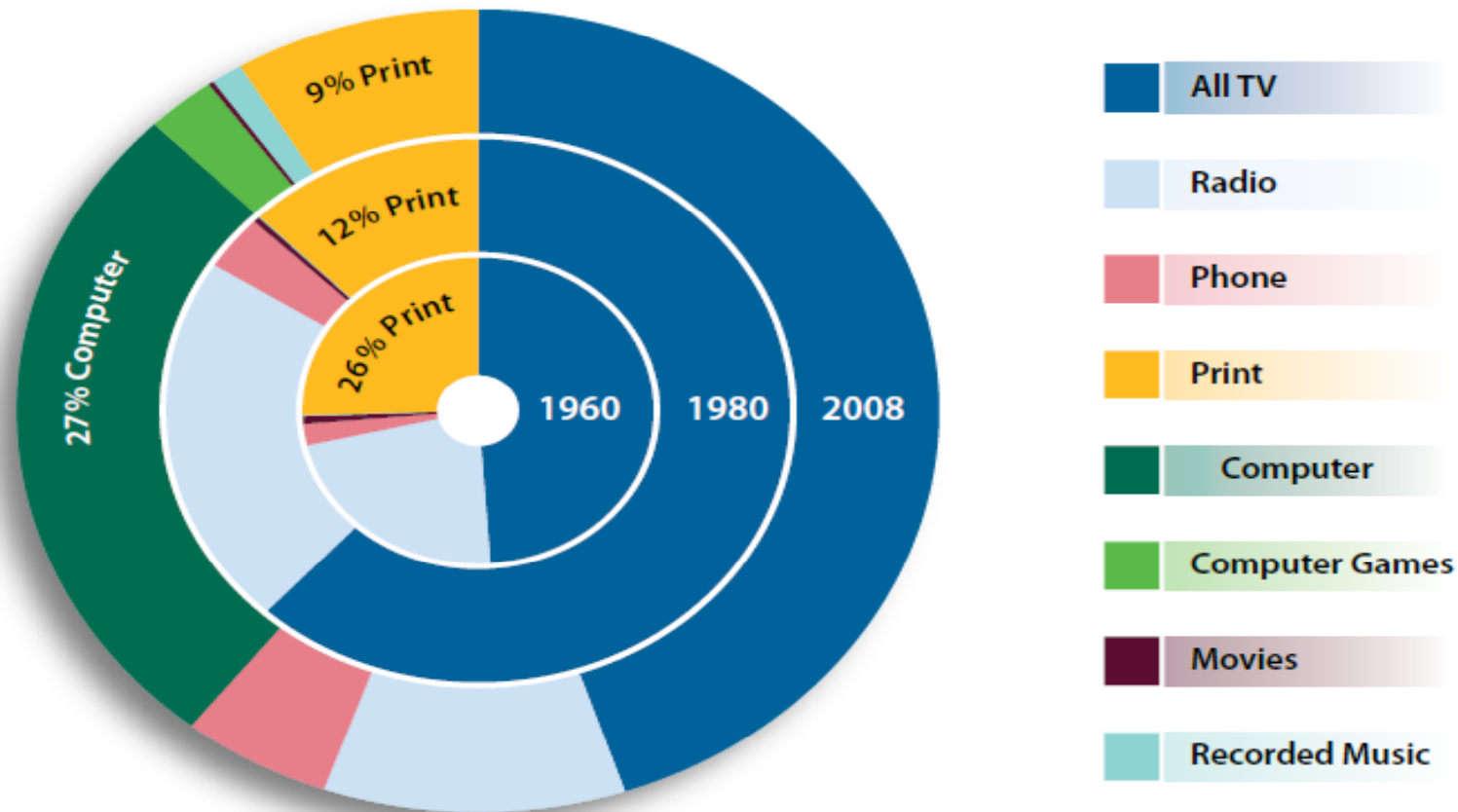


Source: PricewaterhouseCoopers

\*Includes audiobooks

## Figure 6: Evolution of Reading

Fraction of words  $INFO_w$  from different sources

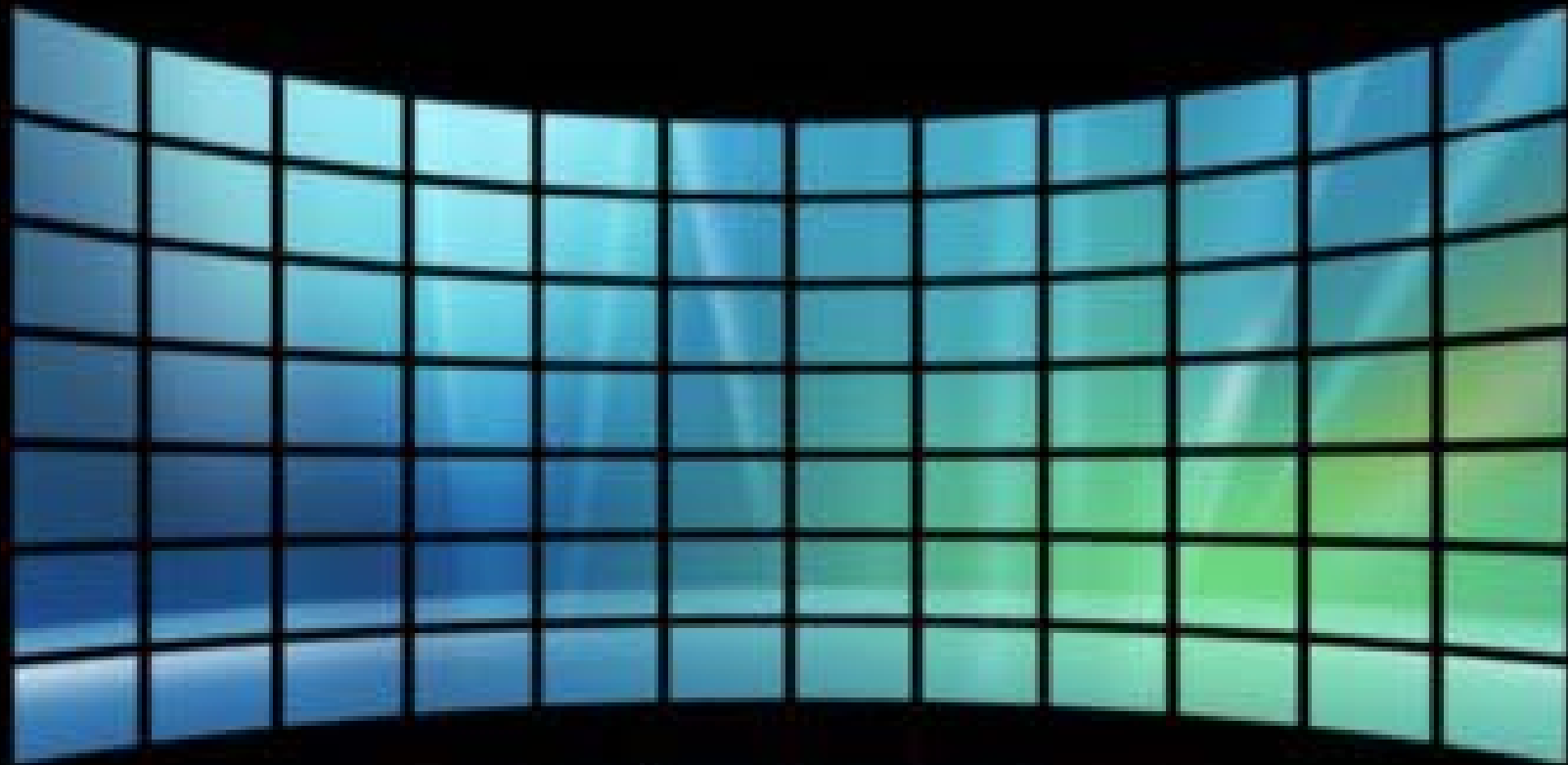


Aumenta el uso del ordenador . Y **disminuyen los medios tradicionales** como el impreso, radio y televisión

## Aparición de nuevas opciones de ocio



**Pérdida de la centralidad del libro**



**La pantalla interfaz privilegiada de la cultura digital**

PENSAR  
EN DIGITAL



**NUEVOS VALORES**





**Nuevos  
paradigmas...**

**Lo social, la  
movilidad, lo  
abierto, la  
remezcla....**

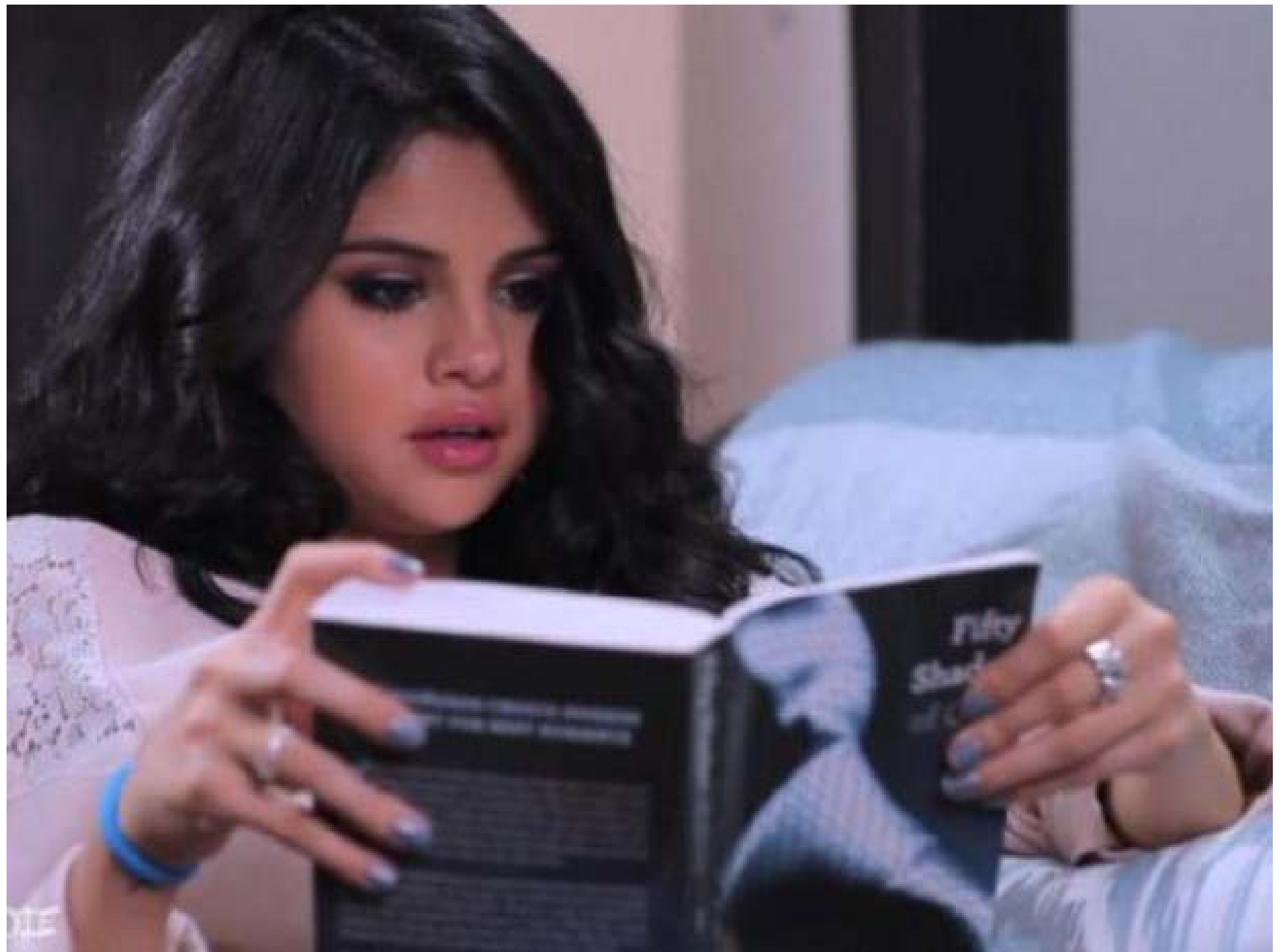


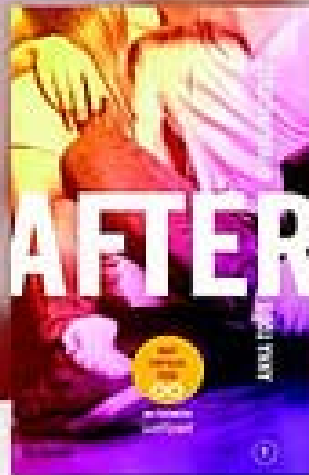


**Se producen fenómenos extraños...**



**Con 26 años, Amanda Hocking logra vender 1.000.000 libros con el sistema de Autoedición de Kindle Amazon**





## AFTER (Version libro)

2 Part Story 26.1K Reads 1K Votes



Por NVCK97

Ongoing - Actualizado a monchiago



Inicia Lectura

Add

Hola! Bueno chicas este es la Version de la primera temporada de AFTER publicada en libro, este ya esta disponible en las librerias de Espay Latino America aca encontraran el primer y segundo capitulo de la historia. No esta traducido por mi, esta traducido por las traductoras de la editorial Planeta. Esta tal cual Anna lo escribio y modifiko para la publicacion del libro en ingles.

Get notified when **AFTER (Version libro)** is updated

Continuar

Nombre de usuario

POTTERMORE



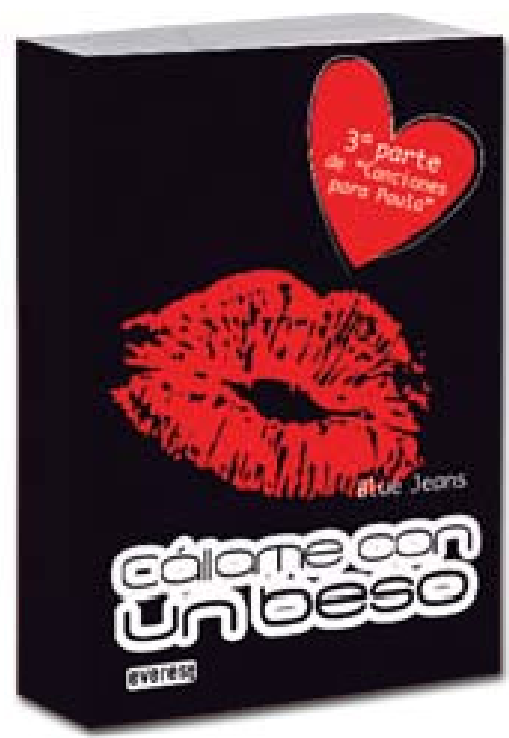
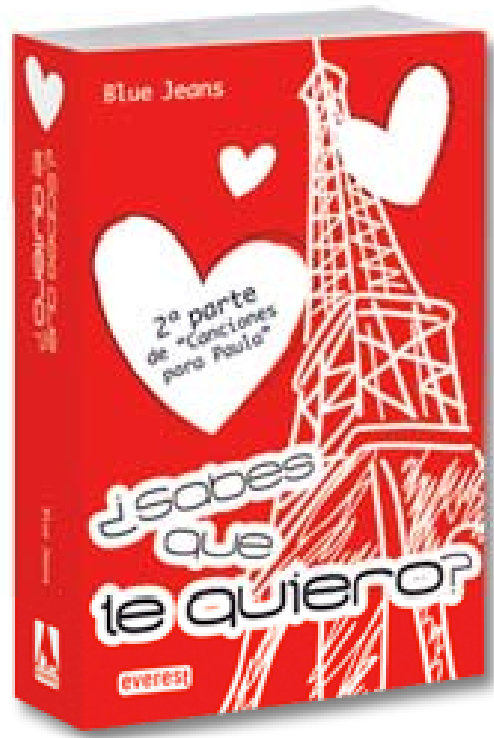
# LORENZO SILVA

Toda su obra ahora en eBook

21 títulos + 2 inéditos

desde 3,99 €

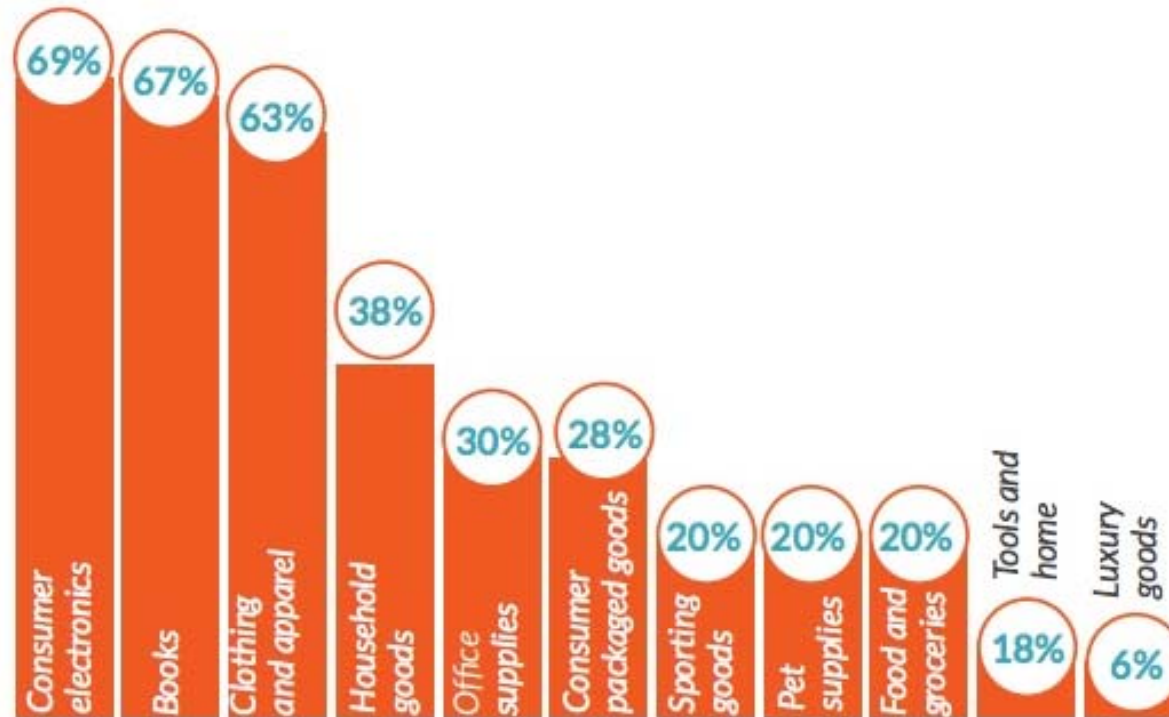






## El libro es uno de los productos más consumidos en línea

The Most Common Types of Products Purchased Online



Source: Walker Sands' 2014 Future of Retail Study

# Ventas eBooks España



***El sector del libro en España 2013-1015.*** [e-Book] Madrid, Ministerio de Educación y Cultura.  
[Texto completo](#)

**22 %**

de los libros son digitales

**3,7 %**

de lo facturado

# EDICIÓN CIENTÍFICA



*b**ib**li**o*  
diversidad





# Altmetrics



# Los Problemas...

Las restricciones presupuestarias

La baja circulación de sus obras

Escasa visibilidad

Las políticas de compra de las bibliotecas  
universitarias





En este contexto necesitamos conocer las tendencias y estrategias respecto a diferentes aspectos...



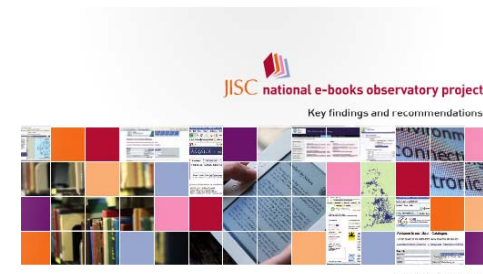
- Los lectores digitales
- La edición electrónica
- Factores de influencia
- Modelos y tendencias

# ¿Quiénes son los consumidores de libros electrónicos y cuáles son sus hábitos de lectura?



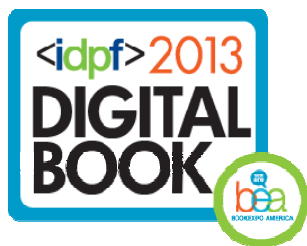
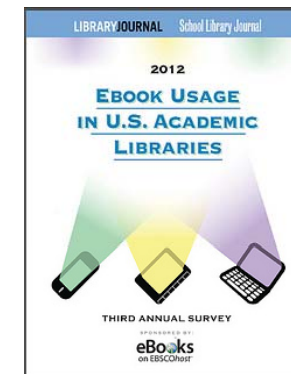
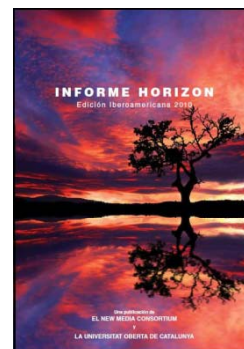
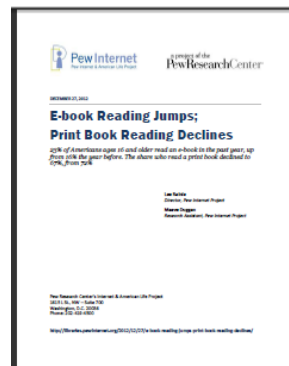
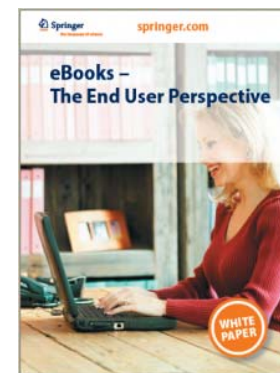
Library eBook Survey hosted by OverDrive and American Library Association (ALA)

State of residency	Response Percent	Response Count
Alabama	0%	0
Alaska	0%	0
Arizona	14%	1,822
Arkansas	1%	77
California	7%	808
Colorado	2%	258
Connecticut	1%	91
Florida	8%	94
Georgia	0%	24
Idaho	0%	24
Illinois	1%	842
Indiana	0%	147
Iowa	0%	39
Kansas	0%	38
Kentucky	0%	38
Louisiana	0%	38
Maine	0%	38
Massachusetts	0%	38
Michigan	0%	38
Minnesota	0%	38
Mississippi	0%	38
Missouri	0%	38
Montana	0%	38
Nebraska	0%	38
Nevada	0%	38
New Hampshire	0%	38
New Jersey	0%	38
New Mexico	0%	38
New York	0%	38
North Carolina	0%	38
North Dakota	0%	38
Ohio	0%	38
Oklahoma	0%	38
Oregon	0%	38
Pennsylvania	0%	38
Rhode Island	0%	38
South Carolina	0%	38
South Dakota	0%	38
Tennessee	0%	38
Texas	0%	38
Utah	0%	38
Vermont	0%	38
Virginia	0%	38
Washington	0%	38
West Virginia	0%	38
Wisconsin	0%	38
Wyoming	0%	38



JISC

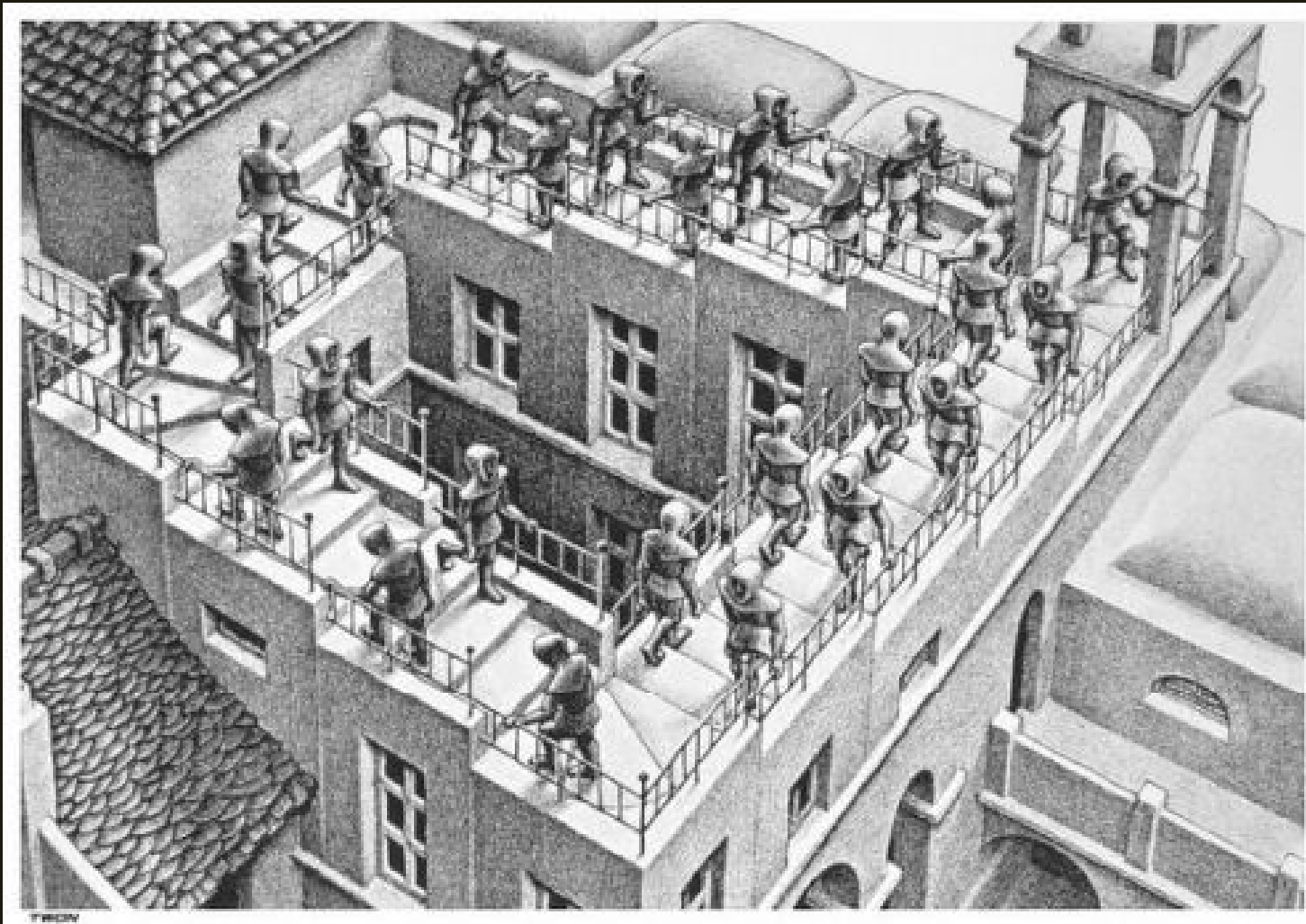
JISC collections



A woman with long brown hair is shown in profile, reading a black e-reader. The device's screen is illuminated, displaying text in a serif font. The background is a dark, vertically-ribbed wall. The overall scene is dimly lit, emphasizing the light from the device.

## Lectores más intensivos

Cybook Odyssey HD FrontLight by Bookeen



**El enfoque digital ofrece un servicio que no concluye con la publicación**





## EL LIBRO COMO SISTEMA

# Web 2.0

La llegada del libro electrónico ha **AMPLIFICADO** considerablemente la capacidad de lectura gracias a la naturaleza social de los contenidos que se imbrican en la cultura compartida de la filosofía de la web 2.0.



# ¿QUÉ ES SOCIAL?





# LA SENDA DIGITAL

ACCESO ABIERTO, LECTURA EN LA  
NUBE, SINCRONIZACIÓN,  
FRAGMENTACIÓN DE  
CONTENIDOS  
ALQUILER Y PRÉSTAMO DE LIBROS  
DE TEXTO ELECTRÓNICO,  
INTEGRACIÓN CON SISTEMAS DE  
REFERENCIA SOCIAL,  
GEOAPLICACIONES, REALIDAD  
AUMENTADA, HIPERMEDIA

TENDENCIAS  
INNOVADORAS

El almacenamiento del contenido digital en la nube potencia enormemente la **capacidad para generar nuevos servicios** extrapolables a la edición académica:

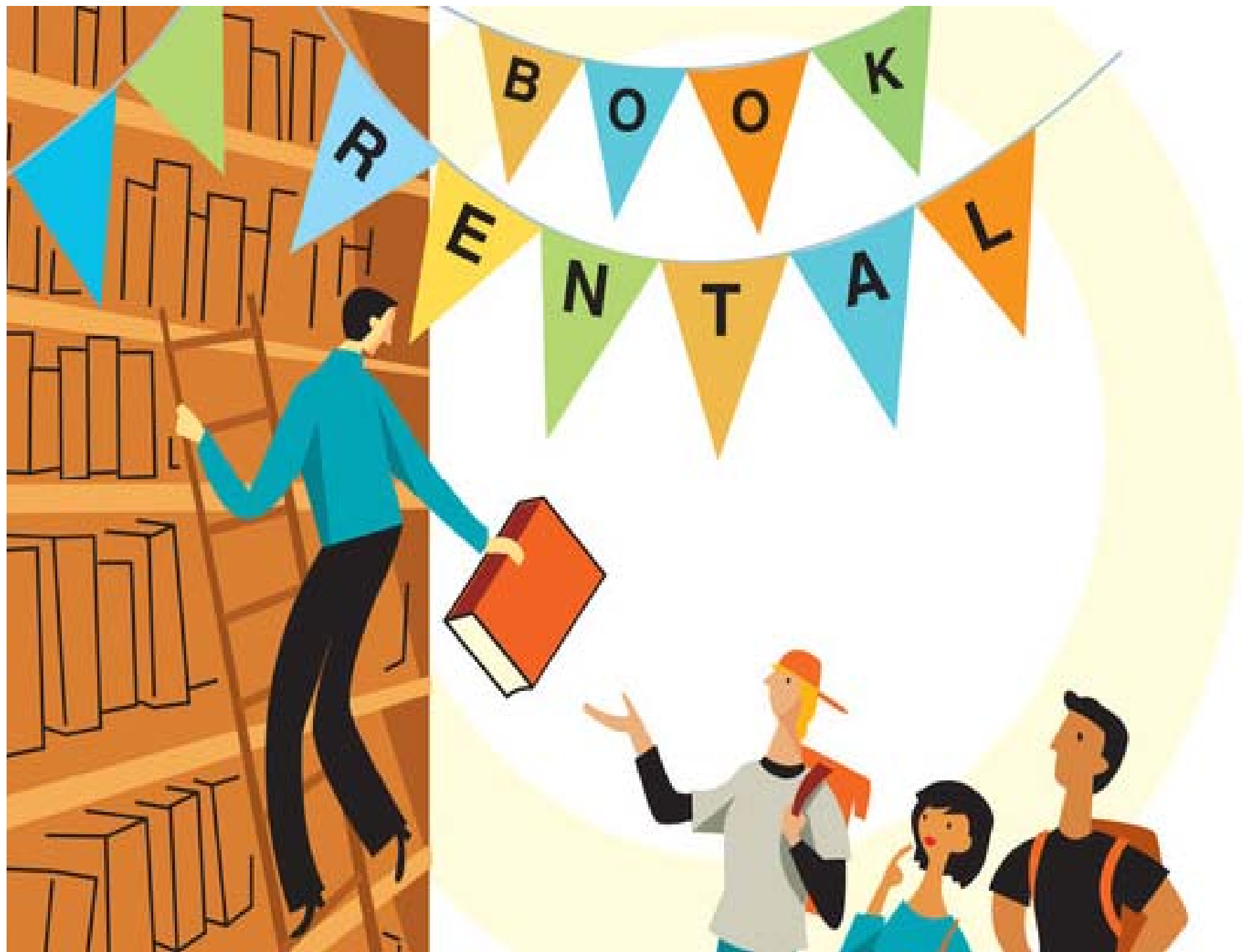
- **DESCUBRIR**
- **ACCEDER**
- **SINCRONIZAR**
- **DIFUNDIR**
- **TRABAJAR y CREAR**

# DIVERSIFICACIÓN DE MODELOS



La biblioteca es un **punto más de difusión, descubrimiento y venta** de libros electrónicos





# Segmentación de contenidos

Mejor adecuación a las necesidades del cliente









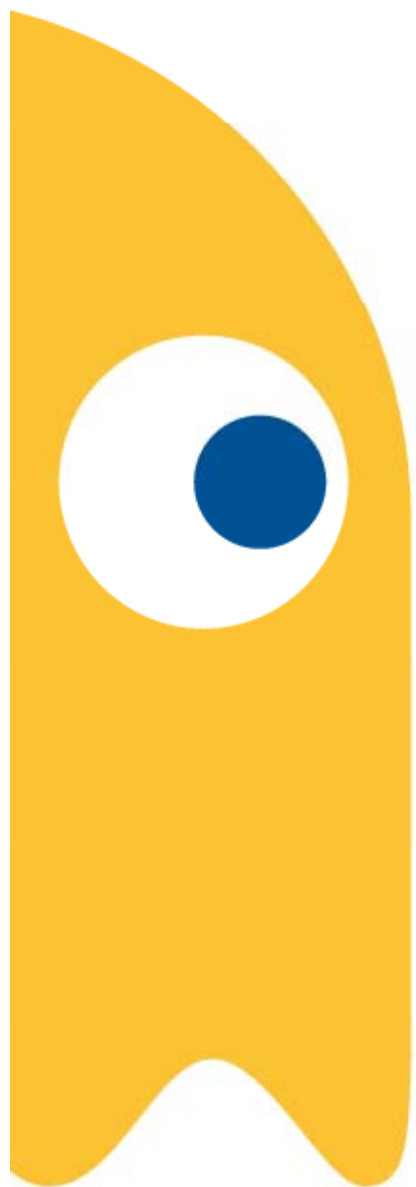


## EXPERIENCIAS HIBRIDAS



**AUTOPUBLICACION**





# Gamificación

El negocio de  
la diversión

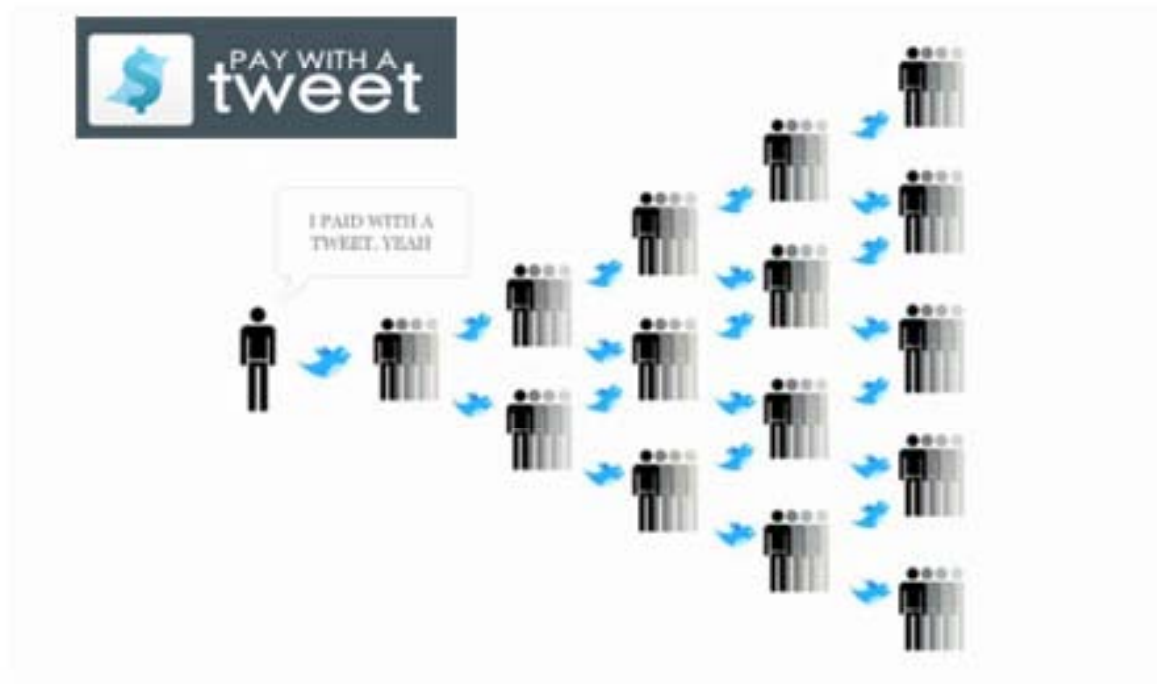


crowdfunding



MICROMECENAZGO

# Pago social



## Tweets



**Julio Alonso Arévalo** @jalonsoarevalo

ahora

He descargado "DESAMPARO" de Francisco Afilado hecho con

[@byeink](https://byeink.com/b/rR) [byeink.com/b/rR](https://byeink.com/b/rR)

[Ver resumen](#)

[Responder](#) [Eliminar](#) [Favorito](#) [Más](#)





26/05/2015

# Conclusiones

- El camino a lo digital parece **inevitable**.
- El formato digital permite **muchas más posibilidades de comercialización y difusión** que el libro impreso. Las editoriales deben experimentar y aprovechar.
- El formato digital **se integra perfectamente en los nuevos sistemas de aprendizaje y evaluación científica**.
- Una de las características fundamentales de la economía digital es la **flexibilidad y concurrencia de diferentes modelos de negocio**.
- Se trata de modelos **alternativos y complementarios** que permiten monetizar los sistemas tradicionales de ventas.



# Tendencias en edición científica digital

Julio Alonso Arévalo  
Universidad de Salamanca  
[alar@usal.es](mailto:alar@usal.es)

