



Edición 21: un relato sobre la transformación de los procesos editoriales en los nuevos escenarios.

Las redes digitales afectaron bases, relaciones y equilibrios en la creación-producción-distribución.

Incorporarse a nuevos escenarios no es inmediato; si no se abordan experiencias innovadoras, otros lo harán en nuestro lugar.

Uno de los retos principales de la edición 21: la transformación de las cadenas de valor en redes de valor.

En presente continuo: nuevos soportes, nuevos formatos, nuevos usos, nueva prescripción cultural, nuevos mercados.

Edición 21: ecosistema dinámico, interconectado y transformado en los procesos de producción, edición, distribución y consumo.



Nuestros autores: así se expresaría un editor tradicional. Socios en un emprendimiento editorial: así se expresará un editor 21.

El mito del genio aislado del mundo exterior en su proceso de creación se ha transformado: emerge el remezclador creativo.

Autor 21: ya no genera exclusivamente libros.

Acuerdos 21: sentar las bases de una protección mutua autor-editor en los emprendimientos de edición 21.

Traslación de los acuerdos tradicionales hacia modelos de acuerdo circunferentes con los creadores.

Implicar al autor en el negocio, es repartir riesgos: hay que reacomodar los acuerdos económicos > Contratos 360°.



Corpus 21: conjunto extenso y ordenado de datos, textos y materiales transmedia en torno a un tema.

Corpus 21: un espacio relacionado de atención a partir de un servicio.

Corpus 21: enfocado a los lectores con el objetivo de enriquecer sus contenidos, incorpora funciones sociales.

Las redes de influencia de corpus 21 no se ven afectadas por limitaciones espaciales, temporales o de soporte.

Nuestras acciones como editores en los corpus 21 están condicionadas por terceros referentes o confiables.

La interconexión permanente posibilita una red que se articula de manera mucho más ágil, más inmediata, más directa.



Datum 21: unidad de comercio editorial en los nuevos escenarios digitales.

Datum 21: modelo visible o teórico en relación a una geometría de referencia para facilitar la visualización de los nuevos mercados (globosidad).

Datum 21: un área de trabajo visible que establece una relación concreta con un tema de un corpus editorial.

Datum 21: cada una de las secuencias con sentido que podemos articular en el mercado a partir de los corpus editoriales.

El valor del datum reside en ofrecerse como abono de una experiencia más amplia.

La cantidad de energía que recibe de otras narraciones y la que vierte a su vez. determinará el éxito del datum.

# Twitulares Comercialización [21] #ConfEd2011

La digitalización propicia una disociación neta entre contenido y soporte, entidades tradicionalmente indisociables.

Producción 21: nuevos productos transmedia, nuevas estrategias editoriales y capacitación del personal colaborador.

Producción 21: desarrollo de infraestructuras técnicas, automatización de procesos e implantación del software adecuado.

Producción 21: plataformas de integración con los canales de prescripción y distribución para contenidos multiformato.

7 valores no copiables: Inmediatez Personalización Interpretación Autenticidad Accesibilidad Mecenazgo Trazabilidad. *Kevin Kelly*

Integrar los propios contenidos con los generados por los usuarios genera ventaja competitiva.



Comunicación 21: captar el máximo de atención posible en torno a temas, ideas y servicios.

Entender cómo están afectando las nuevas tecnologías a los mercados y a la sociedad en la que vive su público.

La comunicación online entre autor y lector, y lector y lector la facilita el editor: crear experiencias y no simples productos. *Sara Lloyd*

Sabemos que los entornos digitales conectados con las redes de comunicación no se rigen sólo por cuestiones comerciales.

Comunicación 21: No busca solo mejorar ventas, sino convertirse en telas de experiencias más amplias.

Comunicación 21: segmentación adecuada a la oferta y a los públicos a las que va dirigida.



Si se quiere que el mundo del libro no muera hay que sembrar lectores, no temores. *Luisa Etxenique.*

En los nuevos escenarios digitales la importancia recae más sobre los temas y la relación que los públicos establecen con ellos.

Lo digital como forma de extender la experiencia hacia todos aquellos lugares en los que el lector puede entrar en contacto.

Los lectores 21 eligen cómo y dónde quieren acceder a nuestras propuestas: intentamos atender como editores esas necesidades.

Los lectores 21 participan con sus experiencias en los servicios que ofrecemos como editores 21.

Los nuevos entornos digitales exigen a la edición 21 otra dimensión en la relación con los lectores más allá de la compra-venta.



Twitulares Com Edits [21]

#ConfEd2011

Comunidad de Editores: un punto de partida para proyectos de edición 21.

Proyectos que se estructuran como una manera diferente de abordar, crear y compartir los objetos culturales.

Editores capaces de ensamblarse para construir un proyecto colectivo que les permita sobrevivir en los mercados globales.

Coedición 21: facilitar procesos de edición y comercialización y suministrar acceso global a contenidos coeditados.

Las liquidaciones se realizan sobre los resultados netos de ventas realizadas: no hay parámetros ni precios fijos.

El beneficio se distribuye a partes iguales entre el editor y la comunidad para que esta invierta en comercializar el corpus.



#ConfEd2011



Web: <http://www.pensodromo.com/21/>

Facebook: <http://www.facebook.com/Penso21>

Twitter: @penso21