

# **Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales**

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

*Para muchos, lo primero al pensar en publicaciones digitales son los libros electrónicos y todas las respuestas mágicas de internet. Pero son muchísimas las facetas que pueden tomar las publicaciones digitales y el multimedia. Desde el 2020 y el boom tecnológico del 'covid' su crecimiento es exponencial y se ha convertido en el peor rival de la misma publicación impresa. Inminentemente. Las regalías, las estrategias, la inmediatez, las tendencias, los géneros masivos, el 5g...y el 6g. Realmente, ¿Cuánto tiempo se requería para que milenios de literatura humana, finalmente estuvieran en línea?*

### Publicar Digital-Mente

En el sentido más amplio, la publicación digital es subir todo el contenido multimedia que compartimos en dispositivos...**Digitales**. Hablamos de una categoría utilizada para describir cualquier fuente que involucre tecnología y entre más portátil sea mejor. La computadora, teléfono celular, tableta y los dispositivos activados por voz son ejemplos de **canales digitales** utilizados para compartir multimedia. Interfaz utilizada para comunicar documentos, novelas, informes, artículos.

Específicamente, los **medios digitales** -o multimedia- son todo eso. Pero también las imágenes, videos, música, audio, videojuegos, aplicaciones móviles, etc...Y además...En así cada temporada nacen nuevos prototipos. Son los tutoriales, las aplicaciones que usa para no ir al banco o las presentaciones en línea con los compañeros de trabajo; propiedad intelectual convertida en algoritmos, a merced internacional.

### Beneficios De Una Publicación Literaria Digital

Con más de 5000 millones de usuarios conectados a internet y la influencia significativa de los avances tecnológicos. Los métodos de publicación tradicionales algunos ni los recuerdan. Pero además de hacer parte de esta modernidad, realmente la lista de chequeo de sus ventajas en comparación a los libros reales es muy realista.

### Impresión y Captación

Para cualquier escritor el objetivo debe ser mantener al lector comprometido con su obra el mayor tiempo posible. En un mundo en constante movimiento y actualización, es muy común el síndrome de procrastinación. Las preguntas no terminan, todo el tiempo es valioso y la sensación de atrapamiento e incompletencia. causa en los consumidores digitales distracción debido al caos de los anuncios acaparadores, las ventanas impertinen...Emergentes, navegación compleja del sitio y/o contenido complicado o ilegible.

Esta experiencia 'perfeccionada' otorga sensación de integridad, dada en el modo que los usuarios reciben la información: Prepotente y llamativa a través del diseño multimedia, los textos atractivos, videos, infografías, podcasts, etc.

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

Las publicaciones literarias digitales, surgidas en base a la comodidad de la lectura, brindan una experiencia de usuario optimizada, visual y psicotrónicamente, que mantiene la atención y la asimilación de la obra. Para el resto de publicaciones digitales, además promueve la decisión y este efecto es de los más relevantes en ‘growth marketing’. Se conoce como ‘llamadas a la acción’ o CTA (click to action).

### Bolsa de Lectores

La distribución y el expendio de la literatura impresa es limitada comparativamente a la publicación digital, que se focaliza en lectores relevantes y está disponible para millones en línea de todo el mundo, todo el tiempo. Los dispositivos viajan con los usuarios quienes cada vez confían más en la **practicidad y la comodidad** de la tecnología para mantener su contenido consigo y es un factor muy relevante que se debe tomar en cuenta: A partir de 2023, en todo el mundo, estaremos 7,5 mil millones conectados.

Eso es mucho público en proporción a cientos, miles, o -después varias ediciones y mucho renombre-, millones de personas a las que llegarían por métodos de difusión tradicionales.

### Segmentación Objetiva

Cuando se crea un producto digital se debe pensar en la diversidad de las personas que interactuarán con su contenido y la premisa de **accesibilidad**. La publicación digital permite comunicar la información inclusivamente. Además de las herramientas para discapacitados, propias de los dispositivos, una narración vanguardista puede explorarse y enriquecer cualquier texto con más multimedia, es infinito:

- GRÁFICOS
- ANIMACIONES
- VÍDEOS INFORMATIVOS
- FUENTES ALTERNATIVAS
- OPCIONES DE VISTA
- AUDIO RELATOS O PODCASTs
- FUNCIONES ORGÁNICAS IMAGINABLES
- PASAR LA PÁGINA
- COMPARTIR RRSS

### ROI (Retorno a la inversión)

Siendo realistas, imprimir, publicar y distribuir contenido es costoso. Es meritorio, crear y producir contenido literario debe tener un costo. Pero la publicación en plataformas digitales es muy comedida con los gastos y las finanzas:

### *Costes de impresión y Costos de Distribución:*

La publicación física no es fácil. Los costos asociados con la impresión y encuadernación de contenido pueden tarifarse muy alto, incluso durante la revisión, maquetación y pre-publicación. Reducir los costos de publicación digitalizando el contenido tiene un efecto de imán con los lectores para, por lo menos, robarse una impresión en la web y hacerse reconocer. El marketing es parte fundamental en cada proceso de monetización de un producto digital, pero sigue siendo inversamente proporcional en todo a las cubiertas duras, la tinta indeleble y el aroma del papel viejo.

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

A menos que un apreciado lector compre una edición impresa -por encargo- en una plataforma de publicación digital, todos los costos y las personas involucradas en un envío, son irrelevantes en la contabilidad de este tipo de emprendimiento. Los consumidores disponen de un archivo propio, que pueden llevar consigo y ojear cuando quieran para ayudarlos a ser prácticos, a ganar espacio en los maletines, a distraerse en el transporte, a retirarse en el campo, a devorar más y más contenido digital.

Hablando de personas involucradas en la cadena de **producción y suministro**, el control en tiempo real, estadístico, detallado, proyectable es un plus sensacional, al estar en la internet se rastrean datos precisos de marketing para ser proactivos con el desempeño y la aceptación del e-book.

### Potestad de Actualización

Al publicar su contenido digitalmente, se tiene control continuo de la publicación, incluso después de vendido un e-ejemplar. lo que permite corregir oportunamente detalles ortotipográficos y actualizarlo en la nube al tiempo en todo el globo. Incluso los creadores de contenido y literatos más experimentados pueden equivocarse o idear algo nuevo para enriquecer su obra de vez en cuando, y los editores más meticulosos pueden pasarlo por alto durante la maquetación y corrección. Es de humanos. Lo ideal es actuar de inmediato y atenerse a tantas herramientas para solucionarlo, antes de que se cree una impresión previsiblemente negativa del título.

La literatura impresa y la digital desde cierta perspectiva pueden también complementarse en muchos aspectos y lograr resultados en marketing de publicación diferenciales. A pesar del peso del olvido algunos editores han encontrado la manera de crear una experiencia interactiva digital para que los lectores se involucren además digitalmente y es tendencia contemporánea con la magia de los códigos QR, por ejemplo.

Afortunadamente es muy factible que estas mismas plataformas se encarguen de que esté disponible tanto en forma impresa -por encargo, con envío al domicilio, bonos de cortesía y autografiado por el autor- como en formato e-book. La cuestión es preferencial y lo cierto es que al implementar ambos formatos, se cultiva una sensación de verdad intelectual propia, probable y aquello es invaluable para un autor.

Algunas experiencias con potencial interactivo, ya mencionadas, herramientas cifradas como los códigos de barras o QR, pueden concebirse -e imprimirse- en medio de la narración para invitar al lector a seguir el enlace a su propia app, con más contenido. Para jugar con historias alternativas, al albedrío del lector. Enlazar vídeos instructivos exclusivos y hasta interactuar con otros lectores y fanáticos temáticos. No es redundante ofertar a los consumidores con contenido impreso y/o digital. Ambos influyen en las decisiones de compra y mejoran la participación del usuario, así que se deben explotar ambos mercados.

## PLATAFORMAS DE PUBLICACIÓN DIGITAL

La creación de contenidos digitales es revolucionaria, pero para maximizar su reconocimiento y en sí, 'el modelo de negocio', **las plataformas de publicación digital** son irremplazables y dueñas

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

de todo el crédito de difusión y soporte de un servidor con el contenido en línea, para que consumidores de todo el mundo, lo consuman.

*Amazon KDP, Apple Books, Google Play, Kobo Writing Life, Barnes & Noble Press, Lektu, Smashwords las más populares en inglés. Casa del Libro, Draft2Digital, bubok, lulu, ibookstore y wattpad, más coloquiales en latinoamérica.*

Estas plataformas dan vida a las publicaciones digitales incrementando la disponibilidad en la audiencia relevante y elevándola para crear una experiencia de usuario.

### ¿Cómo empiezo con la publicación digital?

La publicación digital es una tendencia expansiva, relativamente nueva y es comprensible no estar informado de dónde empezar. De cómo comenzar con la publicación digital, claramente, por el principio:

Cree contenido digital para publicar:

Las opciones son muchas. Hay que tomarse el tiempo de estudiar qué contenido es necesario, además de lo que ya está publicado, que podría transformar a la gente y ser ventajoso con los vacíos que se puedan y/o deban llenar. Establecer objetivos 'smart', si está en curso la creación o implementarlos a material ya editado, pensando en modo 2022. Objetivos medibles pero originales, de la mano de la **tecnología, las RRSS y la comunicación global**, en tiempo real. Posteriormente crear protocolos individuales y de seguimiento a la publicación, basados en la marca personal.

Aprende de tus lectores:

El feedback, la retroalimentación sobre si es eficiente el contenido para los lectores, los estilos de vida y valores virales del momento. Por qué preferir interactuar con tal contenido y no el de otro autor, son parámetros a considerar durante y después de publicar contenido literario digital.

Presupuesto y Gastos:

Las plataformas dueñas del software para publicación digital ofrecen diferentes planes de publicación, incluso gratuitos o en extremo de un precio muy exclusivo, con beneficios soñados y diferentes niveles de gestión en maquetación, diseño y promoción, el resto son procedimientos orgánicos dentro de cada una para oficializar el proyecto, con toda claridad en cuánto a términos y condiciones de un contrato y de el alcance de una firma digital. La parte legal en literatura puede ser muy complicada y/o detallada, según la obra es establecida y el punto primordial de regalías no supera el 20% en convocatorias ni el 80% en ediciones pagadas. Pero el sueño es muy grande y estos números sencillamente podrían ser irrelevantes a escala global.

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

Debido al rápido dinamismo de la literatura digital, es pertinente trabajar al día con las tendencias y sostener una estrategia digital competitiva.

### Publicación Multi-Plataforma-Acción!

La disposición multiplataforma para publicar contenido y comunicar cualquier estilo personal. Siendo versátiles o ganando seguidores con publicaciones periódicas, para exponer el 'llegar a más personas' asertivamente, es la gota que derrama el agua de esta generación informática. Entre estas 'hadas madrinas' se ha realizado un trabajo gigantesco de diferenciación; y esta leal competencia lo que más ha traído es inclusión. Cada una se ha ganado su posicionamiento a pulso y solo es cuestión de comparar para encontrar el segmento de público ideal y sincronizar lo que se quiera decir con palabras.

Otras instituciones, no precisamente literarias, ya han tomado partido en el potencial de la publicación literaria digital. **En medicina** actualmente los profesionales tienen acceso directo a historias clínicas y protocolos de atención fortuitos en línea en tiempo real, además del desarrollo de la IA en diagnóstico a través de plataformas digitales propias para prestar servicios de atención médica que salvan vidas.

**El gremio comercial, publicitario y de los mercados de inversión** evitan todas las complicaciones logísticas y ofrecen actualización diaria para los consumidores. Fomentando la interacción con otros sectores, como **el turismo**. Los viajeros tienen acceso móvil a restaurantes, mapas y hospedajes altamente recomendados, información de emergencia, reservas de avión y lo que aplique para mantener los itinerarios en marcha.

**Los libros, revistas y periódicos digitales** generan más de \$24 mil millones en ingresos en todo el mundo. Es desconcertante imaginar cuántos ingresos generará la literatura digital, al tiempo que las industrias incorporen soluciones digitales en la experiencia de su público.

## Tendencias de publicación digital en 2022

La forma en que los consumidores digitales consultan e interactúan con la información es una estrategia de publicación y/o de marketing. Una visión flexible para captar el 'algoritmo' del por qué de las tendencias. En 2022 y en el futuro cercano, algunas de las tácitamente concertadas por el gremio para no dejar pasar **TIENEN** que ser:

### 1. Contenido receptivo y móvil

En 2022, su contenido debe ser compatible con dispositivos móviles y fácil de usar.

La computadora de escritorio, aceptémoslo cada vez se vende menos. Por el contrario las personas ya dan por sentado en sus bolsillos sus dispositivos inteligentes y poder hacer consultas en buscadores o leer una

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

frase motivacional, reírse de un chiste, o terminar el e-book que hace días se debió finiquitar, ‘sqrollando’ con el índice una pequeña pantalla.

El porcentaje de usuarios activos de un teléfono celular, es una mayoría creciente hasta en los países menos desarrollados. Cualquiera posee un teléfono inteligente y digamos, la mitad posee además para sus labores tabletas o lectores electrónicos. El contenido digital digno de ser publicado, es sujeto de adaptación a los dispositivos móviles, cada día más pequeños. Los lectores valoran su comodidad. Ponerse los zapatos y otorgar una experiencia móvil fácil de leer, rápida en las cargas y lo más orgánica posible...Es imprescindible para que los mismos puedan sumergirse en una obra y/o reaccionar a cualquier fuente de información.

### 2. Calidad sobre cantidad

Publicar contenido desechable no promete nada. En cambio el contenido de alta calidad, oportuno y un paso adelante del público con respuestas definitivas y precisas, puede hacer un imperio.

Como soportando una aburrida presentación teatral, los lectores no digerirán el contenido pobre y huirá irremediamente, imaginando lo peor de una próxima edición del autor. No existe margen de error: CALIDAD-CALIDAD-CALIDAD ante todo. Publica contenido que aporte algo nuevo a una conversación. Pensar como los competidores quienes también pescan en el mismo río y responda la pregunta Y/o llene el vacío mejor que ellos.

El contenido consistente y asertivo, también acrecienta la lealtad de una audiencia que quiere lo mismo que el autor:

- Más información
- Un plan efectivo de marketing
- Experiencias auténticas y/o a escala
- Contenido digital indiscriminado
- Facilidad en encontrar contenido

### 3. Modelo de Suscripción y/o Monetización:

:

## Desarrollo de publicaciones literarias internacionales en plataformas digitales

no es nuevo en 2022 pero evoluciona rápidamente, el modelo de suscripción es un método de monetización comprobado, seguro y gracias a la merecida lealtad a un autor, segmentado en diferentes niveles de comunicación para satisfacer necesidades únicas.

### 4. Vídeo y Voz

La publicación digital es mucho más que el compromiso con el texto. Los videos transforman perspectivas y maximizan el enganche, dejando la mejor impresión. Desde contenido educativo, hasta streaming en vivo o redes sociales, el video ya no le pesa a nada ni a nadie.

A una tasa aún mayor, los asistentes de voz digitales cambiarán en gran medida la forma en que los usuario-lectores interactúan con la información. En la actualidad, hay aproximadamente 4080 millones de asistentes de voz en todo el mundo, que se estima que se duplicarán para 2023. La singularidad cyborg es una realidad. Hay que aportar.