



Raquel Gómez, Julio Alonso, José Luis Alonso y José Antonio Cordón (centro), del grupo de investigación Electra, de la USAL, con dispositivos electrónicos de lectura. / E.CARRASCAL

Nuevos métodos de enseñanza por e-book

El grupo Electra de la USAL gana el Premio Nacional de Investigación sobre Edición y Sociedad del Conocimiento por su trabajo 'El ecosistema del libro electrónico universitario' / Propone modelos pioneros de otros países. Por **Alicia Calvo**

La información científica se actualiza permanentemente y a una velocidad que las páginas de los libros impresos no siempre pueden seguir. El formato digital permite que cada hallazgo pueda incorporarse a la documentación en un suspiro. Con esta base, el grupo de Edición y Lectura Electrónica, Transferencia y Recuperación Automatizada de la Información (Electra) de la USAL, lleva a cabo varias líneas de investigación centradas en los contenidos digitales y sus posibilidades y efectos sobre la enseñanza, sobre todo universitaria.

El grupo ha sido galardonado con el Premio Nacional de Investigación sobre Edición y Sociedad del Conocimiento –convocado por la Unión de Editoriales Universitarias Españolas– por su trabajo *El ecosistema del libro electrónico universitario*, firmado por José Antonio Cordón García –director del grupo– Raquel Gómez, Julio Alonso y José Luis Alonso.

José Antonio Cordón explica

que existe una tendencia a la actualización de contenidos que afecta directamente a la enseñanza. «Cuanto antes se involucre la Universidad en este movimiento digital, mejor, porque estamos abocados a ello y para lograrlo hay que tener una base de calidad como la que tratamos de generar», indica.

Entre las investigaciones que

Hablan de compra por capítulos, alquiler 'on line' e interacción con el docente

efectúan está el análisis de «experiencias que se llevan a cabo en el mundo (Harvard, Texas, el MITT...) para extrapolarlas al modelo español».

El proyecto galardonado pretende «servir de bitácora» y aportar una serie de recomendaciones que permitan a la Universidad

adaptarse a los nuevos tiempos favoreciendo tanto al alumnado como al resto de agentes involucrados.

Tras el trabajo de campo, han descubierto fórmulas novedosas que consideran apropiadas para aplicarse en los centros españoles.

Cordón cita, por ejemplo, la posibilidad de la venta de capítulos por separado. «En el mundo universitario tiene mucho sentido porque a un estudiante puede interesarle solo un tema de un libro», aclara.

Otra de las opciones consiste en el alquiler de libros electrónicos sólo por el tiempo que se utilice, como puede ser un curso u otro plazo establecido.

Lo que parece casi inevitable es la interacción entre docente y alumno, entre los propios investigadores o los estudiantes. En este ámbito el libro electrónico ofrece numerosas posibilidades. «Las aplicaciones de lectura ya permiten estas opciones, que anotes comentarios y otro pueda acceder a ello», apunta José Antonio Cor-

dón, quien añade que ahora «al leer un libro académico en papel se está ante un objeto inamovible, mientras uno electrónico es moldeable y cambiante».

Los docentes podrían incorporar las anotaciones pertinentes, los científicos sus descubrimientos, los universitarios sus inquietudes y dudas y la enseñanza sería más dinámica y pegada a la actualidad.

El jurado considera de 'referencia obligada' este trabajo para futuros estudios de edición

Entre las conclusiones a las que ha llegado el grupo sobre el cambio del contexto analógico al digital están varias sugerencias a las editoriales universitarias.

Éstas han de tener la capacidad de ofrecer «plataformas múltiples que permitan la venta según determinadas líneas de productos, la

creación de sitios especializados para grupos de asignaturas, materias o titulaciones, así como la personalización de la experiencia del cliente adaptando las compras a su perfil de usuario».

Considera que las editoriales que logren integrar los contenidos generados por los usuarios en internet con sus propios contenidos «obtendrán una amplia ventaja competitiva». También deben desarrollar una oferta según los modelos 2.0. Esto quiere decir que la intervención de la editorial «no acabe con la venta de la obra, sino que ofrezca una serie de servicios de valor añadido que permitan a los usuarios consultar críticas de las obras o de otros lectores, valoraciones o puntuaciones de las mismas, opiniones de los profesores que las recomiendan, etc».

La experiencia de este grupo de investigación, formado por 17 personas de diferentes disciplinas, es tal que colabora con distintas empresas de España en el asesoramiento y desarrollo de herramientas digitales.