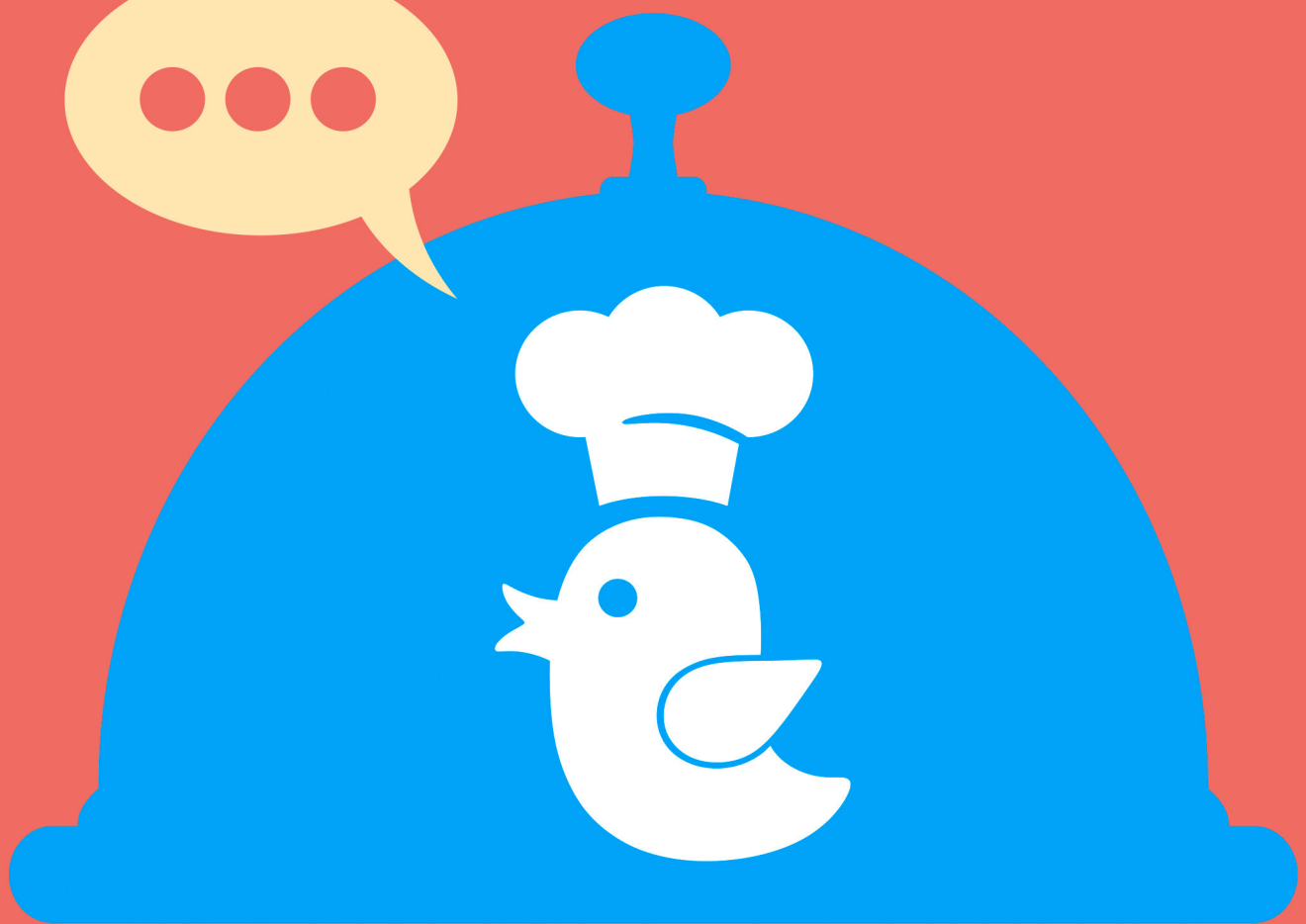


*Para que no cantes en exceso y
tu trino resuene cristalino*



LA DIETA DEL TUIT

PARA AUTORES INDIES



Biografías Personales



dosdoce.com

TÚ PUEDES
CONSEGUIR UN
CUERPO DIGITAL
ATRACTIVO

1



2

EL PESO IDEAL
DE TWITTER

AHORRA
CALORÍAS:
POR QUÉ TWITTER
TE CONVIENE MÁS
QUE FACEBOOK

3



4

ALGUNAS
NOCIONES
BÁSICAS DE
NUESTRA DIETA

¡YA PUEDES
EMPEZAR
A CANTAR!

5



6

TU MENÚ
SEMANAL

ALGUNOS
TRUCOS
EN LA MANGA
PASTELERA

7



8

TAMBIÉN
TENEMOS
POSTRE





TÚ PUEDES CONSEGUIR UN CUERPO DIGITAL ATRACTIVO

Blogs, microblogs, webs, microwebs, facebook, youtube, vimeo, book-trailers, ¡Twitter! ¿Qué puede un autor hacer con todo esto? ¿Ha de usarlo todo? ¿Cómo, si no hay tiempo? ¿Qué sistema conseguirá transmitir a los demás el valor de lo que ha escrito, el deseo de leerlo, incluso la necesidad de hacerlo (pensemos a lo grande, ya que hablamos de herramientas que conectan a la gente a nivel mundial)? ¿Cuándo se está infrutilizando el poder de las redes sociales y cuándo a uno se le está yendo de las manos y empieza a convertirse en un pesado para la audiencia en red? Ojo, este es un peligro real: que levante la mano el que nunca ha resoplado al encontrarse la misma información una y otra vez sobre un autor, los mismos tuits o parecidos, los mismos textos en distintos canales.

Si alguna vez:

-te has quedado pensando en lo anterior...

-te has preguntado cómo sacarle rendimiento a las redes sociales para dar a conocer tus libros...

-te has detenido con los dedos sobre las letras porque no sabes si ya has abusado de la paciencia de tus seguidores para seguir leyendo sobre ti...

-te has preguntado si retuitear lo que tuitean otros opacará lo que tu cuentas o todo lo contrario, si has de ser generoso o un verdadero egoísta de los bites...

-te has planteado que lo que ibas a decir era demasiado personal, o demasiado rebuscado, o demasiado largo, o lo contrario...

-te has preguntado, en fin, cuál es la dieta perfecta para que tu cuerpo digital sea muy, muy atractivo...

... Tienes que leer esta guía. Si utilizas las redes sociales para promocionarte, para estar en contacto con tus potenciales lectores, estarás bastante liado con la escritura y la promoción tanto en la vida 'real' como en la digital. Canales y herramientas esperan que les dediques un buen rato. Pero, si sigues nuestra dieta, e inviertes gracias a ella no más de 10 minutos al día en tu Twitter, con una buena planificación semanal, sacarás el máximo provecho.



El valor del Twitter su inmediatez, que permite llegar a personas de todo el mundo en lo que cuesta teclear 140 caracteres. Twitter es el medio de comunicación más inmediato, el que facilita que un autor pueda escribir lo que se le pasa por la cabeza ahora y aquí (y este 'aquí' es enorme, abarca lo que abarca la red).

EL PESO IDEAL DE TWITTER

Twitter puede combinarse con muchas otras herramientas que te harán llegar a más lejos: TweetDeck, HootSuit, Bitly, Google Analytic...

Sigue esta dieta si quieres aprender a utilizar todas estas herramientas.

AHORRA CALORÍAS: POR QUÉ TWITTER TE CONVIENE MÁS QUE FACEBOOK

Porque puedes llegar a todo el mundo de manera gratuita. El algoritmo Edgerank de Facebook evita que un porcentaje de tus seguidores pueda ver el contenido que publicas - a menos que, por supuesto, pagues a Facebook para promover tu mensaje. Sin embargo, Twitter no tiene tales restricciones. Si tus seguidores se registran en Twitter, todos van a ver tus tuits.

Porque puedes twittear con la frecuencia que desees. A diferencia de Facebook, donde Edgerank penaliza cuanto más se publica, Twi-

ter te permite tuitear todo lo que quieras sin penalización.

Porque conecta con tus lectores ahora mismo. Debido a que los tuits son como pequeños micro-blogs, los usuarios de Twitter están acostumbrados a una experiencia social donde se intercambia información a un ritmo de tiro rápido. Es la manera perfecta para difundir noticias sobre lo que está sucediendo en tu vida de escritor en este preciso instante.





Antes de empezar a aclararte la garganta para que tu trino suene cristalino, te damos un repaso.

ALGUNAS NOCIONES BÁSICAS DE NUESTRA DIETA

A. date de alta *aquí*.

B. Elige tu “usuario Twitter”, que esté relacionado con tu nombre o seudónimo. Quieres que te conozcan, ¿no?

C. Ingresa tus contactos de correo electrónico para que puedas comenzar inmediatamente a seguir a la gente que ya conoces.

D. Personaliza tu cuenta con una imagen de fondo, una foto de perfil y una imagen de cabecera que te defina (Clickea *aquí* para obtener más inspiración creativa)

E. Incluye tu información de contacto, URL del sitio web y breve biografía. Sé claro, ve al grano, véndete, vende tus libros. ¿Cuál es tu estilo? ¿Qué género trabajas? ¿Has salido en los medios? Aprovéchalo.

F. Comienza a seguir a otros autores, lectores ávidos, editores y críticos. Utiliza la

búsqueda de Twitter para encontrar a tus escritores favoritos, los fans, familiares, amigos y cualquier otra persona que disfrute del tipo de escritura que haces. Empieza a conversar.

Sobre los términos que usa esta red:

Usuario - El “Usuario” es el nombre de usuario que tendrás en tu cuenta Twitter.

Tuit - Un tuit es la versión de Twitter de una actualización de estado. Son siempre públicos y su longitud máxima es de 140 caracteres (incluyendo URL, aunque Twitter autoacorta las URLs).

Seguidor/Siguiendo - Al seguir a alguien en Twitter, se está suscribiendo a sus tuits. Puedes seguir a otros sin que ellos te sigan a ti y viceversa.

Retweet - Un retuit es un tuit de un usuario de Twitter que se tuiteó de nuevo por ti o por otro usuario.

@ respuesta - Al responder (o “en responder”), estás tuiteando en respuesta al tuit de otra persona. No necesariamente tiene que ser en respuesta a alguien.



Favorito – Puedes marcar como “favorito” un tuit y se agrupará con otros favoritos en tu página de perfil.

Tweet Modificado (MT) - Un tuit que se ha acertado, editado o alterado. Añade “MT” para el inicio de cualquier retuit que hayas alterado. ¿Por qué modificar un tuit? Para cambiar o agregar un hashtag, para hacer comentarios sobre el propio tuit o para corregir un error tipográfico o cualquier error.

Hashtag (#) - Marca palabras clave o temas en un tuit para que los tuits relacionados se puedan agrupar entre ellos.

Mensaje directo (DM) - Un mensaje directo es un tuit privado que sólo el remitente y el destinatario puede leer.



Ya, pero, ¿cómo?
Atento a estos 12
pasos:

¡YA PUEDES EMPEZAR A CANTAR!

1. Interactúa, innova, cuida tu cuerpo digital. Publica contenido que sea atractivo, comparte noticias sobre tu vida, muestra cómo trabajas y cómo te sientes ante el hecho de crear, invita a los demás a formar parte de la conversación, responde a aquellos a los que sigues, muévete. Tienes que ofrecer algo de ti para que te sigan.

2. Sé generoso con aquellos a los que sigues, participa de lo que dicen, mueve sus contenidos. Muestra interés. Hay una regla no escrita en el mundo Twitter: comparte mi contenido que yo voy a compartir el tuyo. Vamos, hoy por ti, mañana por mí.

3. Sé constante. Seas de los que canta una vez al día o de los que lo hace una vez por hora, sé muy constante en tus horarios para conseguir una promoción efectiva de tu libro.

4. No te repitas. Existen herramientas para publicar una sola actualización en múltiples perfiles sociales -Facebook, Pinterest, Twitter, etc con sólo pulsar un botón. Pero si en todos los canales publicas lo mismo, vas a aburrir hasta al más fanático. Ofrece cosas nuevas. Dale la vuelta a todo.

5. Dijimos inmediatez, no irresponsabilidad. Piensa antes de escribir. A menos que utilices un perfil privado / protegido, todo lo que pías es público. No querrás tener que avergonzarte, ¿verdad?



6. Olvídate de la economía del lenguaje.

140 caracteres ya es un ahorro de palabras, lo mires por dónde lo mires. ¿Por qué entonces no utilizarlos todos cada vez que tuiteas? Algunos datos han demostrado que los tuits más largos obtienen más clicks.

7. Olvídate de la economía... de las emociones. Canta, grita, provoca (responsablemente), muéstrate tal y como eres.

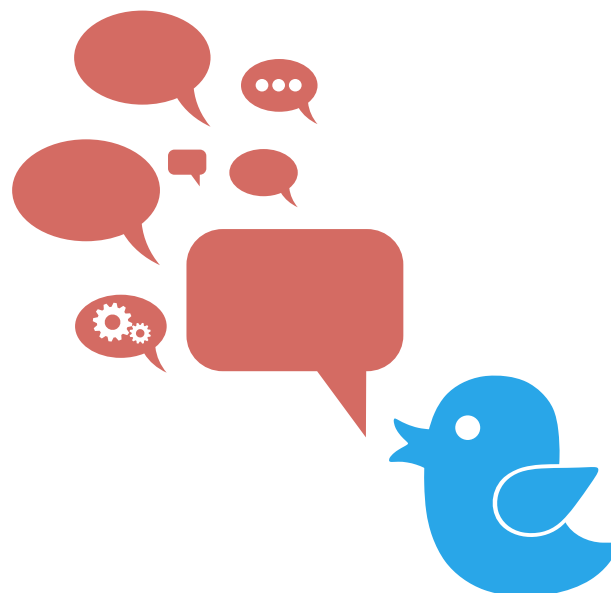
8. Prepara una buena merienda-cena.

Por la tarde, el tráfico de Twitter aumenta exponencialmente. Parece que tenemos más tiempo para ponernos al día y lo hacemos. Así que estaría bien darles algo con lo que entretenerse.

9. ¡Que llega el finde! A medida que se acaba la semana laboral, aumenta el tráfico en Twitter. Ya sabes cuándo tienes que ser más activo, ¿no?

10. Pide por esa boquita. ¿Quieres que te retuiteen, que participen de tu campaña? No hay cosa más fácil que decirlo. Tus seguidores no son adivinos, nadie lo es. Hay que pedirles de vez en cuando que te **echen un retuit**.

11. Controla tus ansias. No daremos abasto si tu actividad es agobiante. Relaja a por lo menos un tuit cada hora, será más efectivo. Rompe esta norma solo si estás transmitiendo algo que está ocurriendo en este momento: una presentación, una reunión, una charla interesante.



12. Si algo lo vale, comparte más de una vez. ¿Tienes un nuevo video de personas que están leyendo tu relato favorito? Sube un montón de diferentes tuits que enlacen con el video, comentando diferentes momentos, situaciones y hasta el peinado que llevas; con humor, mejor.



TU MENU SEMANAL

Para un cuerpo digital '10'

LUNES

MAÑANA

Enlaza a tu libro o eBook en venta para Kindle, iPad, Nook, Kobo, etc

NOCHE

Recomienda algo que estás leyendo

MARTES

MAÑANA

Comparte un libro, una cita de tu libro, o noticias sobre tu escritura

NOCHE

Enlaza un video de uno de tus autores favoritos que haya sido entrevistado

MIÉRCOLES

MAÑANA

Pía tu última entrada en el blog

NOCHE

Quéjate de algo de una manera divertida

JUEVES

MAÑANA

Haz una pregunta a tus lectores

TARDE

Re-Tuitea algo de uno de tus mitos literarios

VIERNES

MAÑANA

Anuncia que hoy es un viernes especial por lo que vas a regalar uno de tus libros

TARDE

Vuélvete loco - el fin de semana casi está aquí!

SABADO

MAÑANA

Habla acerca de algo controvertido, cuéntale a tus fans algo sobre lo que estás trabajando.

NOCHE

Agradece a todas las personas que te han retuiteado durante toda la semana

DOMINGO

MAÑANA

Enlaza a un artículo sobre la industria de la publicación

TARDE

Anécdota personal sobre tu vida de escritor, o tuit desde la perspectiva de uno de tus personajes



Ten esto en cuenta:

PRIMER PLATO.

La frecuencia con que debes tuitear: por lo menos dos veces al día, y hasta 20 veces al día (si sabes extenderlo razonablemente a lo largo del día). Recuerda, los usuarios de Twitter por lo general sólo ven tu contenido si se han conectado al mismo tiempo que tu enviaste tus tuits - por lo que puedes ser muy activo, siempre y cuando no veas un montón de “unfollows” en respuesta.

SEGUNDO PLATO.

Qué tipo de contenido desees compartir: mezcla homogénea de materia original de tu blog, noticias y anuncios acerca de tu libro y retuits del contenido de otras personas, en-

laces a artículos que encuentres interesantes, preguntas que enganchen a tus seguidores...

Fíjate: ¡Ya tienes todos los tuits de toda la semana! Y has utilizado en la planificación solo unos 20 o 30 minutos de la noche del domingo (o cualquier día que te venga a ti mejor). A continuación, chequea 5 minutos por la mañana y otros 5 por la noche para ver quién te está siguiendo y aprovecha este tiempo para responder y añadir a “favoritos” los tuits de otras personas, conversa con tus seguidores, sigue a cualquiera que acabe de comenzar a seguirte a ti, retuitea algo que te interese y de esta forma conseguirás un mantenimiento bien fácil de llevar.



ALGUNOS TRUCOS EN LA MANGA PASTELERA: TWEETDECK, HOOTSUITE...

Programar por adelantado

El autor más constante y activo... estará probablemente dándose un baño o tomándose una cerveza con los amigos mientras tú le lees. Sí, como lo lees. Han aprendido a utilizar TweetDeck o HootSuite para “programar” sus tuits con un día o con una semana de anticipación. Escriben un montón de tuits a la

vez, alimentan su interfaz, establecen la fecha y hora para cada tuit, pulsan guardar y listo.

Supervisar el Tuit.

La **búsqueda avanzada** en Twitter.com está bien para encontrar personas a las que seguir, pero no te permite controlar múltiples conversaciones en tiempo real. Aquí es donde plataformas como **HootSuite** o **TweetDeck** cobran sentido. Ambas te permiten ver quién



está hablando acerca de tus libros y temas relacionados con tu carrera de escritor. Es como meter Alertas de Google de forma instantánea sobre todo lo que se dice de ti en Twitter, y puedes tener múltiples “búsquedas” en tiempo real. Por ejemplo: tu nombre de autor, el título de tu libro, el género, los nombres de tus personajes, las discusiones sobre si los lugares que has utilizado en tus novelas son reales o ficticios, etc - y ver quién está hablando de las cosas que te interesan. Controla estas búsquedas una vez al día y comienza algunas conversaciones.

Manejar múltiples cuentas de Twitter desde un mismo entorno.

Eso es particularmente útil para las personas que tienen varias cuentas separadas: personal, de autor o editor y de trabajo - y los salva de tener varias ventanas abiertas todas a la vez sólo para administrarlas.

Bitly y Google Analytics para el seguimiento de tus interacciones de Twitter.

Bitly -el sitio más popular de reducción de URL- también te permite ver qué tal están interactuando los enlaces que has tuiteado. ¿Tus seguidores han accedido a ver la dirección URL que has vinculado? ¿Cuándo han hecho más clicks? Esta información te ayudará a determinar qué contenido es el más atractivo y a qué horas del día es más probable obtener una respuesta. A continuación, puedes utilizar esa información para programar de forma más estratégica tus tuits. Saber qué publicar y cuándo hacerlo es clave para lograr una inte-

racción, y ya se sabe que con una alta participación es más probable que aumente la venta de tus libros .

Para obtener mas detalles sobre los datos específicos que Bitly ofrece , haz clic **aquí** .Si no estás utilizando **Google Analytics** en tu página web, ¡hazlo ya! Una vez hecho, **añade etiquetas de campaña** enteras de tus URL antes de que los acortes con Bitly.

De repente, encontrarás mucha más eficacia en la lectura de tus enlaces de Twitter, ya que Analytics te proporcionará información detallada sobre el tráfico de tu Twitter relacionado con tu página web.

Y una vez que sepas qué tipo de tuits tienen un mayor alcance y cuándo son más propensos a ser vistos, ¡es el momento de programar tus tuits!

Hacer contactos.

Cada cuenta de Twitter, te permite crear hasta 20 listas. ¿Qué es una lista de Twitter? Es un grupo que está bajo la dirección de los propios usuarios de Twitter. Básicamente, se puede agrupar a la gente y ver el flujo de tuits de quienes aparecen en esa lista.

Es importante saber que las listas no te permiten orientar tus propios tuits. Se utilizan solamente para los tuits de lectura. Pero mediante la agrupación en listas de personas que tú sigues (e incluso gente a la que no sigues), puedes gestionar más fácilmente tu propia lectura de tuits. También puedes suscribirse



y seguir listas que otras personas han creado. Puedes hacerte una lista de autores, otra de editores, agentes, críticos, librerías o tus propios lectores, etc.

Sin embargo, una advertencia: las listas son públicas a menos que los hayas establecido como privadas, por lo que no es recomendable que crees una lista llamada, por ejemplo, “analfabetos mundiales” y meter en ella a los críticos literarios que no te hacen el caso que quieres.

El poder del vídeo en Twitter.

Vine es una aplicación para iPhone que te permite emitir y editar de forma rápida vídeos de 6 segundos, subirlos a tu cuenta Vine y compartirlos al instante con tus fans en Twitter y Facebook.

Son interesantes sus clips en bucle –la naturaleza circular de estos videos es bastante divertida.

Si quieres usarlos para promocionar tu libro:

Graba un vídeo tuyo ajustando los objetos necesarios para tu próxima lectura, por ejemplo colocando tus libros sobre la mesa de ventas, poniendo a prueba el micrófono, etc. Esto puede hacer que la gente se interese por la lectura que vas a dar esa noche.

Captura algo glorioso sobre el proceso de escritura. ¿Se te ha estropeado el ordenador? ¿Tu manuscrito está en imprenta? ¿Qué tal

el envío de tus primeros ejemplares llegando por correo? ¿Y la apertura de la primera caja? Mantén a tus fans enganchados a tus novedades.

Arroja luz sobre tus rarezas. Haz un video de tus estanterías, de tus palabras favoritas en el diccionario, de tus herramientas de escritura, etc

Haz **un montaje cinematográfico de tu gira de promoción.** Ya estés yendo de pueblo en pueblo, leyendo en auditorios universitarios, o durmiendo en pensiones del tres al cuarto o incluso dando lecturas en salas medio vacías de librerías independientes y periféricas, tus aventuras e infortunios serán vistos como algo romántico por tus seguidores de Twitter.

¡Comparte!

Pide a tus fans que graben vídeos de Vine durante tu próxima lectura o la firma de ejemplares. Y asegúrate de que etiquetan tu nombre en los vídeos.

Muestra tu punto de vista. Toma un vídeo de tu público mientras estás en el escenario o detrás del atril en tu próxima presentación. Querrán ver si han salido.

Haz un diminuto “book trailer”. De 6 segundos es mucho más fácil que de 4 minutos. Graba algo atrayente, como por ejemplo la primera frase de tu novela y si es lo suficientemente fresca, tentará a la gente a leer más de



este libro- y tú te acabas de ahorrar el costo de hacer un book trailer completo.

Carteles, pins, camisetas, CDs de audio-libros, ¡de todo!

Los músicos no son los únicos que pueden tener este tipo de merchandising. Los escritores también pueden hacer pins y camisetas, hacer carteles chulos para sus eventos de lectura y grabar audio libros, ¿por qué no?. Deja que tus seguidores de Twitter vean lo último en productos de promoción que te acaban de llegar directamente de fábrica.

Twitter Widgets para tu página web

Ahora que ya tienes muchos seguidores en Twitter, que comparten tus contenidos y que participan en las conversaciones, es hora de mostrar tu fuerza.

Inserta un icono Twitter en tu página web para que muestre tu actividad en tiempo real. Los seguidores son más propensos a seguirte si ven que te conectas con frecuencia -y un icono de Twitter capta más la atención que un simple enlace de “encuéntrame en Twitter”.

Para usar el icono oficial y personalizado de Twitter, haz clic aquí.

También existen algunos widgets de tercera generación para Twitter. Búscalos en Google y añádelos a tu dieta.

Aplicaciones móviles para Twitter

* La aplicación de Twitter

Twitter está disponible para iPhone, Android, Blackberry o cualquier otro modelo de smartphone.

Echa un vistazo a <https://twitter.com/download> para más detalles.

Cuando habilites la aplicación de Twitter en tu teléfono, podrás controlar todas las conversaciones, al recibir las alertas, y así podrás interactuar de forma rápida y desde cualquier lugar.



Puedes estar trabajando en tu Twitter un par de semanas y desesperarte por la falta

TAMBIÉN TENEMOS POSTRE

de respuesta y por tu corta lista de seguidores que has conseguido. ¡Tranquilo! Crecer lentamente es saludable en Twitter. Se trata de



construir relaciones, no fuerces la situación si lo que quieres es construir relaciones significativas.

Por último, algunos consejos finales por si todavía te sientes inquieto en Twitter. Pruébalos y, dentro de un par de meses, ya verás como cantas otra melodía.

1. Tómate tu tiempo. Lo necesitarás para averiguar tu propia voz en 140 caracteres, las diferentes áreas, etiquetas de Twitter, etc

2. Haz crecer tu comunidad de seguidores poco a poco. Después de todo, se trata de relaciones. Si controlas el ritmo te asegurarás de llegar a conocer a las personas que te siguen.

3. Únete a conversaciones antes de iniciar una tú mismo. No bombardees a la gente con tu contenido. Una vez que hayas contestado, re-

tuiteado y comentado las cosas de otras persona, es más probable que la gente esté más abierta a escucharte.

4. No tengas miedo de hablar con tus ídolos. Todos somos iguales en Twitter, y se puede conversar con todo el mundo -no sólo con tus fans o seguidores. Lo que no tienes es la garantía de que te vayan a responder, por supuesto, así que no te ofendas si no consigues que una estrella de la industria editorial te preste atención.

Esperamos que esta guía te ayude a comprender el verdadero poder de Twitter como una herramienta de promoción para tu carrera de escritor.



LA DIETA DEL TUIT

PARA AUTORES INDIES

Autoría del estudio

Este estudio ha sido realizado por Beatriz Celaya y Elena Sierra de Biografías Personales en colaboración con Javier Celaya de Dosdoce.com

Diseño y maquetación

El diseño y maquetación han corrido a cargo de Sergio Verde.

Información sobre Biografías Personales.

Biografías Personales es una empresa dedicada a la escritura por encargo de biografías de personas, familia, de empresas y todo tipo de textos: también hacemos cuentos personalizados para niños y contamos la vida a través de las mascotas. Todos nuestros trabajos tienen en común que mantienen viva la historia y la memoria, porque creemos que uno de los mejores legados que puede hacer una persona a sus familiares o compañeros es crear un puente de unión entre distintos grupos y generaciones. También, desde nuestros inicios, trabajamos en el mundo editorial; tras varios años de trabajar como lectoras profesionales, de hacer crítica literaria en medios de comunicación y de desarrollar un olfato literario personal decidimos lanzarnos al mundo editorial y desde 2008 trabajamos como agentes literarias desarrollando las siguientes tareas: Lectura corrección y aportación de ideas sobre la obra y búsqueda de editoriales tanto locales como nacionales. Además de ofrecer informes detallados tanto del manuscrito como sobre las gestiones efectuadas. Y asesoría durante la firma de contratos. Aceptamos los manuscritos que pensamos pueden tener un futuro en las editoriales y también asesoramos para plataformas de autoedición.

Para más información:

Beatriz Celaya y Elena Sierra

Email: info@biografiaspersonales.com

Teléfono: 34.628.062.233

Información sobre Sergio Verde

Sergio Verde es licenciado en Bellas Artes y cuenta con ocho años de experiencia dentro del mundo del diseño y de la fotografía. En la actualidad compagina los encargos comerciales como fotógrafo y diseñador freelance para diferentes clientes con proyectos artísticos de una índole más personal.

Para más información:

Sergio Verde

Email: sergioverde@hotmail.com

Teléfono: 34.699.620.780

Información sobre Dosdoce.com

Dosdoce.com nació en marzo de 2004 con el propósito de analizar el uso de las nuevas tecnologías en el sector cultural. A lo largo de estos años hemos elaborado más de 30 estudios e informes sobre el uso de las nuevas tecnologías en diferentes ámbitos del sector cultural.



LA DIETA DEL TUIT

PARA AUTORES INDIES



En noviembre de 2005 publicamos nuestro primer estudio: “El papel de la comunicación en la promoción del libro”. En 2006 publicamos dos nuevos estudios: “El uso de las tecnologías Web 2.0 en entidades culturales” y “Los retos de las editoriales independientes”. En octubre de 2007 publicamos el estudio “Tendencias Web 2.0 en el sector editorial”. En octubre de 2008, conjuntamente con la red social Ediciona, publicamos el estudio “La digitalización del libro en España”. En marzo de 2009 publicamos el estudio “Visibilidad de las ciudades en la Web 2.0”; en octubre de 2009, la segunda edición del estudio “La digitalización del libro en España”; y en noviembre de 2009, “La visibilidad de los museos en la Web 2.0”. En 2010 publicamos el estudio “La visibilidad de las galerías de arte en Facebook” y la “Chuleta de las redes sociales”. Iniciamos el año 2011 con la publicación de la segunda edición del estudio “Las galerías de arte en la web 2.0” y a mitad de año publicamos el estudio “Fútbol 2.0” que analiza de que manera los clubes de fútbol están incorporando las tecnologías 2.0 en sus estrategias de comunicación y en la promoción de sus equipos, jugadores, eventos, etc. Y terminamos el año 2011 con la publicación en septiembre del estudio “Industria editorial 2.0” y en noviembre el estudio “Conexiones entre museos en las redes sociales”, la infografía “Derechos de los usuarios en la nube” y las versiones en catalán, inglés y portugués de la “Chuleta de las redes sociales”. Iniciamos el año 2012 con la publicación de la “Cronología de la edición digital (1912-2012)”, la publicación de las versiones en catalán y euskera de la infografía “Derechos de los usuarios en la nube” y recientemente hemos compartido los resultados de la encuesta “Anatomía del perfil del editor digital”. En septiembre de 2012 publicamos el estudio “El directivo y las redes sociales” en colaboración con la Fundación CEDE y el Grupo BPMO. Dosdoce.com inició el año 2013 publicando el nuevo estudio “Cómo colaborar con startups” que reflexiona sobre cómo mejorar las relaciones entre las empresas que conforman el mundo del libro (editoriales, librerías, bibliotecas, etc.) y las famosas “startups” (empresas tecnológicas de reciente creación). En mayo de este mismo año publicó un nuevo estudio sobre “Los museos en la era digital”.

El equipo de Dosdoce.com finalizó el año publicando el estudio “Global Ebook” que analiza la rápida evolución de los libros electrónicos en los mercados de Estados Unidos y Reino Unido, así como detalles pormenorizados de los mercados del libro digital que paulatinamente cobran forma en Europa, Brasil, China, India, Rusia y el mundo árabe. En abril de 2014, el equipo de Dosdoce.com ha publicado, en colaboración con AC/E, el Anuario AC/E de Cultura Digital que analiza el impacto de Internet en el mundo de las artes escénicas (teatro, ópera, danza, ballet, etc.). En mayo de 2014, Dosdoce.com publicó el estudio “Apps Educativas” donde analiza las nuevas formas de acceder al conocimiento. Y en junio 2014 publicó junto a Biografías Personales el estudio: ‘Autores Independientes, la llegada de la revolución Indie’ un informe que aglutinó los movimientos en Europa y EE.UU y que estudió el impacto de la autoedición en el sector editorial español. Todos estos informes tienen un enfoque divulgativo y están especialmente dirigidos a los profesionales del sector cultural con mucho interés en conocer los beneficios derivados de Internet en sus entidades.

Para más información:

Javier Celaya

Email: info@dosdoce.com

Teléfono: 34.606.367.708