

La trampa de las redes sociales

Autor: **B.J. Mendelsono**

Editorial: **Empresa Activa**

Precio: **16 euros**

Páginas: **288**

La trampa de las redes sociales es un polémico libro que desmitifica la pretendida revolución de las redes sociales. Según su autor, B.J. Mendelsono, Twitter, Facebook y YouTube son sólo plataformas. Ni buenas ni malas. Ni útiles ni inútiles. Sin embargo se ha creado un mito alrededor de todas ellas que dice lo contrario y del que se están enriqueciendo las grandes corporaciones y gurúes de Internet. Se trata de un mito que defiende que únicamente utilizando las redes sociales para el desarrollo de una empresa ésta prosperará. Sin embargo el número de seguidores en Facebook o Twitter no se traduce en un aumento de los beneficios.

En este sentido, no es ninguna sorpresa que las cincuenta páginas más destacadas de Facebook tengan como protagonistas famosas grandes empresas y marcas populares. Lo mismo sucede con las cincuenta cuentas más seguidas de Twitter y con los canales de YouTube más populares. El libro pretende ser una divertida y honesta explicación del mito de las redes sociales y la gente que lo alimenta. Pero no se queda únicamente en la crítica y la discusión sino que también sugiere una serie de pautas y consejos a tener en cuenta para disfrutar de una buena presencia en la Red y conectar con los clientes y consumidores sin tener que invertir mucho dinero en ello.

