

Confía en mí, Estoy Mintiendo

Resumen

Confesiones de un manipulador de los medios

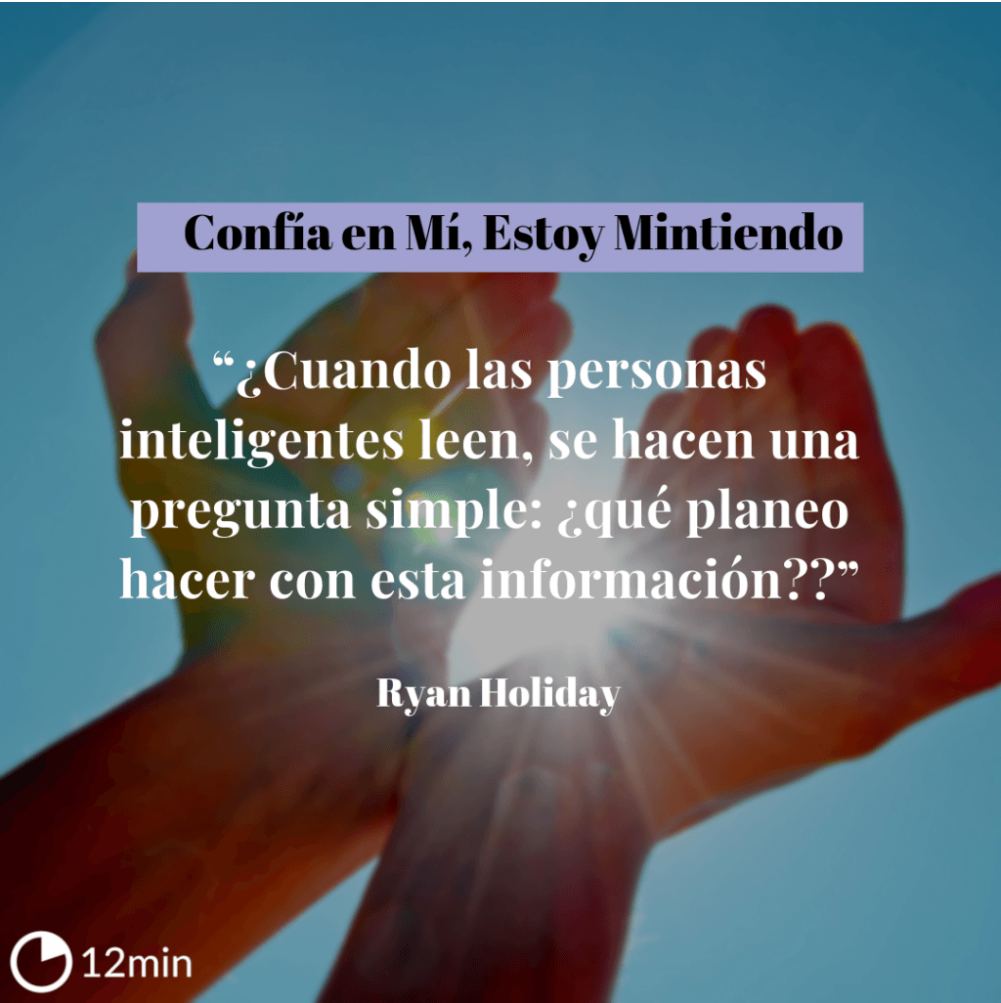
Lo sé, ya pensaste cómo tu vida sería diferente si aparecieras en los principales medios de comunicación. Si tienes una empresa, te imaginas los pedidos llegando uno detrás del otro después de salir en el periódico nacional. Sí, este libro explica cómo lograr eso.

En “[Confía en mí, Estoy Mintiendo](#) » de Ryan Holiday te ayuda a entender cómo [hackear](#) los medios a tu favor.

El libro se divide en 2 sesiones, contando primero cómo Ryan [explota](#) los medios digitales, especialmente blogs, para generar cobertura en la prensa, y luego mostrándonos más detalles sobre cómo estas actividades lo ayudaron, de modo más práctico, a tener grandes resultados.

Comenzando rumores en los medios digitales

Para Ryan, empezar un rumor en un blog para llegar hasta la TV no es tan difícil como parece. En la sociedad dominada por el uso de la Internet, la mayoría de la gente consume cada vez más contenido online y los blogs son el periódico del siglo 21.



Confía en Mí, Estoy Mintiendo

“¿Cuando las personas inteligentes leen, se hacen una pregunta simple: ¿qué planeo hacer con esta información??”

Ryan Holiday



Hoy, más que los periódicos, son los blogs los que siempre están en busca de novedades frescas. Eso significa que ellos observan lo que se disemina a través de las redes sociales y lo que está siendo posteoado en blogs más pequeños.

Si una noticia genera el suficiente buzz a través de los medios de comunicación, existe una probabilidad grande de que sea cubierta por blogs de tamaño medio y sea transmitida para un público aún mayor.

Si el zumbido continúa a partir de eso, la historia puede ser conducida hasta las principales agencias de noticias del mundo como la CNN o Reuters, teniendo en cuenta que ellos están atentos a los blogs que presentan historias promisorias.

[Read Full Summary](#)

La muerte de Osama Bin Laden, por ejemplo, fue relatada por primera vez por un usuario en Twitter, antes que en las principales agencias de noticias, blogs, o incluso antes del

pronunciamiento del presidente Obama. Los blogs obtienen su contenido de otros blogs y redes sociales y eso significa que incluso las historias más triviales pueden escalar hasta los sites de noticias más respetados y la televisión.

Tucker Max, un caso de estudio

Un ejemplo de este comportamiento ocurrió cuando Ryan promovía una película para Tucker Max. Ryan salió de madrugada y vandalizó una publicidad en la calla de la película (que Tucker había pagado) para parecer que alguien estaba incómodo con el lanzamiento de la película. Ryan sacó fotos de su propio vandalismo y se las envió a un bloguero de la región usando un email falso. Este bloguero publicó la noticia y apareció rápidamente en un canal de TV abierta en los Estados Unidos.