

"Los lobbies de interés cada día tienen mayor presencia en las Redes Sociales"

Según Juan Merodio, uno de los principales expertos en España en Web 2.0, Marketing On Line y Redes Sociales

El poder y la especulación económica no sólo están en los grandes despachos o en las reuniones secretas de los poderosos. Para Juan Merodio (una de las voces expertas en España en Marketing Digital y Redes Sociales www.JuanMerodio.com) Internet se ha convertido en el lugar perfecto para que los poderosos campen a sus anchas y hagan negocios redondos. "Es raro el día en que la especulación no aparece en los mercados a través de Redes Sociales de todo tipo", comenta Merodio. "Algo que viene a demostrar que los lobbys de interés cada día tienen una mayor presencia al ver el gran potencial de estas nuevas herramientas que son usadas tanto por la población más joven como por la más adulta y que les permite llegar dónde quieren o lanzar el mensaje que les interesa", añade.

Y es que para Juan Merodio al igual que existen estrategias en las Redes Sociales para incrementar las ventas de productos o la presencia de marca también hay maniobras que están facilitando la especulación de los mercados financieros o de los principales grupos de interés. "Las Redes Sociales se están convirtiendo en una gran fuente de información a todos los niveles y en variados sectores, ya que el potencial de llegada que poseen y el uso por una gran parte de la población, las convierten en la herramienta perfecta para comunicar un mensaje, que éste llegue a millones de personas y que además el mensaje venga recomendado por algún conocido, lo que le confiere mayor credibilidad", subraya este experto.

El ciberespacio propaga mensajes interesados

Además Juan Merodio apunta otras dos razones por las que las Redes Sociales se han convertido en las niñas bonitas de estos lobbys frente a los medios de comunicación tradicionales:

- Primera razón. El vil metal: "Se trata de un argumento puramente económico. Bien usadas son más rentables y efectivas de cara a los intereses de determinados grupos de interés o políticos", comenta.
- Segunda razón. Llegar a dónde se quiere. "Conocen a la perfección el potencial de la redes 2.0. y cómo si están bien manejados comunican y trasladan a donde y quién le interesa la información que consideran oportuna en cada momento. Luego ya es el usuario quien la filtra, la comparte y comenta en grupos. Existen redes sociales de información bursátil y financiera donde los usuarios e inversores pueden informarse, preguntar y compartir todo aquello que les resulta de interés de cara a realizar sus inversiones".

Pero, ¿cómo se orquestan estas campañas de Marketing especulativo? Para Merodio al igual que la Bolsa, las Redes Sociales funcionan a tiempo real y

resultan perfectas para tal misión. “Si Twitter está resultando ser uno de los mejores aliados para poder dar y recibir información en el preciso momento acerca de los que está sucediendo en la Bolsa y posibles estrategias de inversión en cada momento ¿por qué no usarlo con fines lucrativos o especulativos desde determinados estamentos? De hecho no sólo puede utilizarse como un canal para estar informado de los cambios bursátiles a tiempo real con los objetivos que se quieren conseguir. Es una herramienta muy potente”, recalca Merodio.

Por último y para que los ciudadanos sepamos distinguir el grano de la paja Juan Merodio apunta una receta para la información. “Hemos escuchado a muchas personas decir que en Internet hay un exceso de información y mucha de ella se encuentra dispersa, por lo que se mezcla información veraz con la que no lo es y en ciertas ocasiones resulta complicado diferenciarla, Por ello cada vez son más los usuarios que participan en foros y redes y consiguen generar información suficiente para que cuando queremos por ejemplo informarnos de cuáles son los valores más rentables para el último trimestre del 2011 tengamos información suficiente en distintos sitios y de distintas personas para ser capaces de sintetizar toda esa información y crearnos nuestra propias conclusiones”.
