

image not found or type unknown



El efecto Facebook

David Kirkpatrick

Fecha de publicación:

04/02/2011

Finalista del Premio Financial Times al mejor libro del año

Sello Editorial:

Gestión 2000

Contacto de prensa

Nombre: Alba Ríos

En pocos años, Facebook ha pasado de ser una pequeña empresa dirigida desde un dormitorio de la Universidad de Harvard a convertirse en la red social más popular del mundo. Cuenta con cientos de millones de personas inscritas, un valor de mercado incalculable y ha servido para dar difusión a protestas y reivindicaciones en países de todo el mundo.

Teléfono: 93 492 86 58

David Kirkpatrick ha querido conocer la historia real de su fundación y las claves que la han llevado a convertirse en el fenómeno sociológico más importantes de los últimos años. Para ello, ha investigado a fondo sus características, crecimiento, objetivos, influencia, modelo y perspectiva de negocio y se ha entrevistado con todos sus fundadores y directivos, incluidos Moskovitz y Mark Zuckerberg, su alma máter.

Email:

arioss@planeta.es

Nombre: María José Bertrán

Facebook es mucho más que una red social. Su relevancia alcanza cotas que pocos se hubieran atrevido a pronosticar. Ha sido la plataforma de comunicación de políticos como Obama, ha servido para dar notoriedad a campañas reivindicativas en países tan distantes como Irán o México y es ya una gran plataforma para las campañas publicitarias más importantes. Todo esto es el efecto Facebook.

Teléfono: 93 492 82 03

Email:

mjbertran@planeta.es

El libro explica todo lo que ha sucedido a lo largo de estos pocos años y que hasta ahora no aparecía en ningún otro libro ni en la película que retrató su nacimiento. Además, nos da las claves para entender las causas de su revolucionario éxito, así como para entender por qué Mark Zuckerberg es, en opinión del autor, el "nuevo Bill Gates".

image not found or type unknown



David Kirkpatrick

David Kirkpatrick fue durante años editor jefe de Internet y tecnología para la revista Fortune, en la que escribió innumerables reportajes y artículos sobre empresas como Apple, IBM, Intel o Microsoft. En 2001 creó las conferencias Fortune's Brainstorm.

Es miembro del Council on Foreign Relations, una de las fundaciones privadas de más poder e influencia en Estados Unidos, y es un personaje habitual, como experto en nuevas tecnologías, en radio, televisión e Internet.