

Internotas

Alejandro Garnica A.

CAZA de Estrategias

Confianza y credibilidad

Recientemente se han hechos públicos los resultados de uno de los proyectos de investigación de mayores dimensiones en tamaño y profundidad sobre las actitudes públicas hacia internet.

El estudio fue patrocinado por la fundación Markle (www.markle.org) que es una institución no lucrativa dedicada al análisis de beneficios sociales de desarrollos de todo tipo, entre otros los tecnológicos. La empresa que llevo a cabo la investigación fue Greenberg Quinlan Rosner Research, la cual condujo a lo largo de más de un año recolecciones de datos, vía encuestas en línea, telefónicas, entrevistas unitarias y sesiones de grupo. El universo no fue limitativo, por lo que incluyó tanto expertos como público en general, grupos urbanos y rurales, adolescentes y mayores dispersos en la geografía de Estados Unidos.

El propósito de este esfuerzo fue verificar el punto de vista público sobre Internet como parte de la sociedad contemporánea, así como el tipo de políticas que deberían adoptarse para su gobierno y reglamentación.

Un primer hallazgo de la investigación confirma que Internet sigue provocando gran entusiasmo en la población en tanto un nuevo y evolucionado modo de obtener y compartir información. Como podría suponerse, la euforia es radicalmente distintas entre quienes son usuarios de la Red y quienes aún todavía no se han afiliado a ella; pero el entusiasmo es similar en los distintos grupos de usuarios, independiente de su edad o su nivel social, lo cual parecería indicar que ya se empieza a trascender la etapa en que se consideraba a Internet una pasión reservada a los adolescentes.

El gusto por Internet, más que nada, proviene de su capacidad de localización de datos e información. En ese sentido, la analogía recurrente es que la Red es una enorme biblioteca, más que una gran tienda o una mega oficina. Sin duda se le considera útil, ya que la gran mayoría de los públicos investigados, tanto legos como expertos, están de acuerdo en que Internet les simplifica la vida.

No obstante la popularidad de la Red, es común la creencia pública sobre la necesidad de acrecentar los mecanismos para que no sea mal usada; de ahí que una de cada dos personas se muestra preocupada por aspectos como la pornografía y la violencia en Internet, o el acceso discriminado a ella, tanto en costo de conexión como en velocidad de la misma.

Una fuente específica de inquietud es la veracidad de la información que se disemina por los medios interactivos. Hay una gran confusión respecto a qué fuentes son confiables y cuáles no en casos tan sensibles como consejos sobre salud, manejo de finanzas personales o establecimiento de relaciones personales.

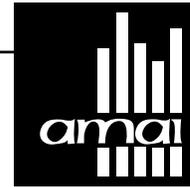
El público no conoce que existan reglamentos para responsabilizar y castigar a quien haga un uso doloso de Internet, e incluso se presume que no sería posible ponerlos en práctica dadas las enormes dimensiones del ciberespacio. En ese sentido se percibe una gran constante con otros aspectos de la vida cotidiana, en los que el americano promedio se siente protegido ante posibles abusos de terceros. En este caso sí hay una diferencia importante de opinión entre legos y expertos, ya que estos últimos afirman que el ciudadano electrónico está tan o más protegido que el ciudadano común.

En cuanto a legislación y control, es aún muy reciente la experiencia de Internet como para concluir que hay un consenso social al respecto. Se considera, desde luego, que el gobierno de la Red debe ser una responsabilidad compartida de distintos actores sociales, como las autoridades públicas, las instituciones privadas y los grupos ciudadanos. Pero a la vez, no se desea que haya una estructura formal pues limitaría la expansión propia de Internet ("anarquía creativa" podría llamarse) Por eso es que se cree que lo conveniente sería contar con una comisión nacional regulatoria que convocara lo mismo a Bill Gates que al FBI, a Oprah Winfrey que a la Comisión de Telecomunicaciones.

En ese contexto es que ahora ha surgido una protesta pública sobre posibles engaños publicitarios en

Internet. El denunciante es nada menos que Ralph Nader, el sempiterno abogado de los derechos del consumidor norteamericano. Según Nader, hay un engaño implícito en los motores de búsqueda de Internet que privilegian las referencias pagadas, de tal modo que si alguien solicita encontrar lugares que hablen sobre, por ejemplo, especialistas médicos, la lista resultante es encabezada por los patrocinadores del sitio.

Teniendo en cuenta la reputación pública de Nader y el tamaño de los denunciados (empresas como MSN, Lycos o Alta Vista), se vislumbra que la querrela despertara alto interés público, y muy posiblemente establezca un precedente para la reglamentación comercial del patrocinio de Internet en Estados Unidos.



Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados

9

años de servicio profesional



Recrear con

intención, experiencia,
vocación e... imaginación

El nombre de **Conjunción** refleja nuestra intención de actuar como un elemento de **unión**. Esto es, ser un enlace al mismo tiempo que un mediador entre las **necesidades** de nuestros clientes **y** los intereses de sus diversos públicos meta.

La **filosofía** de nuestro grupo, integrado por comunicadores **y** diseñadores gráficos entre otros, es la de proporcionar **servicio y calidad** a nuestros clientes.

Nuestro mercado son las empresas grandes **y** no tan grandes. Para las primeras realizamos proyectos que, por lo general, son de poco interés para las agencias de publicidad por no existir comisión de los medios masivos de comunicación.



San Felipe 229-8 Col. Xoco Del. Benito Juárez
C.P. 03300, México, D.F.
Tel. 5604-6782 Tel/Fax 5688-7894
e-mail: conjun@prodigy.net.mx