

Asociación de Internautas



Estadística y fantasía en Red.es

Con independencia del esfuerzo que podemos hacer algunos profesionales y empresas, las entidades como Red.es (empresa privada de capital público) deberían encargarse de realizar estudios serios sobre la Internet hispana. Para lograr un aumento del uso de Internet entre los españoles, lo lógico es conocer su comportamiento como internautas. Sin embargo, por razones que no vienen al caso y que cualquiera puede intuir, Red.es ha pagado una cantidad seguramente abultada (de la que gracias al Tribunal de Cuentas nos enteraremos tarde o temprano) a la firma americana Nielsen por hacer un estudio de mercado que sirve de bien poco. Bueno, eso de estudio por llamarlo de alguna manera.

Con este asunto, francamente, se me ha caído un ídolo juvenil. Yo siempre había admirado a la empresa Nielsen. Estaba convencida de que era lo más de lo más y con esta investigación me he llevado una decepción comparable a la que experimenté de jovencita el día que me enteré de que un famosísimo cantante del que todas las de mi edad estábamos encandiladas, era gay. No es que me lo contaran, no. Es que lo pude ver abrazado y dándose besos con otro chico. Con Nielsen igual. No me lo han contado, yo sola he leído el informe y se me ha caído la estadística a los pies.

El estudio se titula: [¿El uso de Internet en los hogares españoles?](#) y para mi no es válido porque falla en el fondo y en la forma como paso a exponer:

1.-Al hablar del 'Uso de Internet', no mencionan (no estudian) en absoluto al correo electrónico, cuando esta es la 'killer application' de la Red. El Center for the Digital Future de la Annenberg School for Communication de la University of Southern California (USC), en Los Angeles, presentó, en septiembre de 2004, un [informe](#) donde se expone que el correo electrónico es, sin lugar a dudas, el gran protagonista de los estos diez últimos años de uso de Internet.

El correo, indica el estudio, es la razón principal por la que la gente se conecta. De hecho lo emplean el 92.5% usuarios y sigue en aumento. Y de entre los anteriores un 62,3% ven el correo una o más veces diarias. Se trata de un servicio gratuito que ofrece innumerables ventajas comunicativas, pero que al mismo tiempo -dice el informe- a menudo provoca el enfado de los usuarios por diversos motivos, entre ellos el excesivo 'spam' o correo basura que inunda los buzones con mensajes inútiles. La necesidad de contestar los correos electrónicos, y el tiempo que eso supone, es otro de los factores que provoca cierta irritación en los usuarios.

En este sentido, los autores del informe han descubierto que los usuarios más avanzados se toman más tiempo para responder que los usuarios noveles, que consideran que el correo electrónico debe contestarse rápidamente. Por cierto, el contacto en España del Internet Word Project es el [Servilab](#) o Instituto Universitario de Análisis Económico y social de la Universidad de Alcalá. Como maldad de turno, invito a los lectores de este Ezine a comparar la ficha técnica y el perfil del estudio de Nielsen con este del Digital Future.

2.- En el estudio de Nielsen hablan de la navegación web, mezclan la mensajería instantánea con el chat y las diferencian de las redes P2P en cuanto a posibilidad de intercambiar archivos. Y hacen esta clasificación como quien no tiene ni idea de cómo se usa Internet ni la madre que la concibió. Como cualquiera sabe, en una red de chat, como puede ser la IRC-hispano.org u otras, los usuarios

se intercambian archivos entre si con total normalidad. Añadamos además que el 'estudio' ese de Nielsen no dice ni mu de los FTPs donde también la gente se deja archivos?

3.- Respecto a la recogida de datos, se ha empleado una aplicación informática o software que, a modo de audímetro, ha instalado la empresa Nielsen en más de 2000 hogares españoles. Dicho programa está considerado spyware por cientos de expertos como pueda ser, sin ir más lejos, la empresa Symantec, responsable del [antivirus Norton](#) entre otros productos de seguridad informática.

En España, para hacer eso, es decir, para espiar las conexiones de los usuarios la empresa Nielsen debe contar con una aceptación firmada por todos los usuarios que vayan a emplear el ordenador afectado. Ya que según la Agencia de Protección de Datos, hasta la IP es un dato de identificación personal.

Vamos a suponer que Nielsen ha logrado que todos los usuarios de un PC firmen en tal caso y a sabiendas de que están siendo monitorizados, ¿seguro que cualquier miembro de la familia va a ver con naturalidad, por ejemplo, una página web sobre enfermedades venéreas? No parece muy probable la verdad. Tampoco me creo que un chaval monitorizado se baje con el Emule canciones y videos 'a tutiplén'. Así que si los usuarios saben que están siendo monitorizados en sus quehaceres por la Red, se cohiben, pierden naturalidad y eso se traduce en un sesgo importante para la investigación.

En el caso de que no se haya firmado esa aceptación escrita de la monitorización, el procedimiento de recogida de datos, ley en mano, es ilegal. Así que mal por un lado, mal por el otro. Y todo porque, como comentan los sociólogos, los paneles familiares son tan complicados que ni tan siquiera se ponen de acuerdo sobre cómo llevarlos a cabo en los congresos de los profesionales del sector.

4.- De los resultados no vale la pena ni hablar, la verdad. Considerando como han recogido la muestra y que entre los usos de Internet en los hogares españoles no incluyen al correo electrónico? el resto es casi pura fantasía estadística.

En fin, entiendo que el principal objetivo de Red.es es dinamizar la sociedad de la información. No puede hacerlo si no conoce a la sociedad y no la conoces si haces estudios patata. Lo tremendo es que se vayan a buscar a gente de fuera que meten programas extraños cuando en España hay incontables buenos profesionales. Sirva de espejo en el que mirarse el [estudio](#) que ha dirigido el profesor Manuel Castells para los catalanes ¿A que no hay color con lo de Red.es?

Para el 2005 me permito sugerir a los de Red.es que en lugar de promover esos estudios tan cuestionables se dediquen a contratar a un buen grupo de documentalistas que vayan recopilando y poniendo en su web los estudios subsectoriales que desde las Comunidades Autónomas, las Cámaras de Comercio, las Asociaciones Empresariales y otros, están llevando a cabo con gran rigor.

Reproducido con autorización de Mar Monsoriu, autora y editora de [E-ZINE MARGERINE ISSN 1576-4559 Número 03/--Vol.VIII-.-29-12-04](#)

