



La nueva publicidad encubierta: gangas a cambio de reseñas positivas

Por DAVID STREITFELD

En el brutal mundo del comercio en Internet, donde hay un producto competidor a tan solo un clic de distancia, los minoristas necesitan toda la ayuda que puedan conseguir para cerrar una venta.

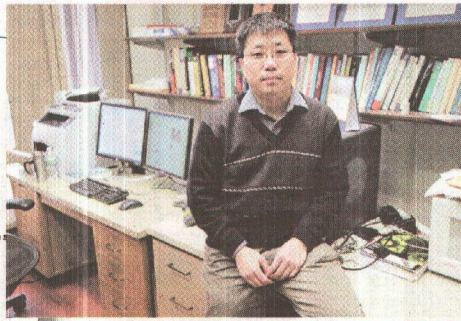
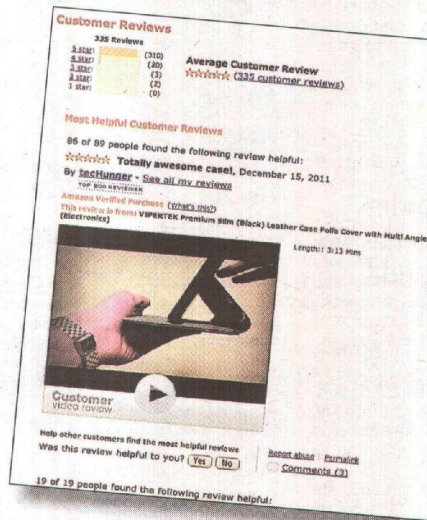
Algunos se ensalzan a sí mismos publicando anónimamente sus propias reseñas elogiosas. Pero ahora hay un sistema todavía más simple: ofrecer un reembolso a los clientes a cambio de un comentario.

Cuando, a finales de diciembre, VIP Deals puso fin a su reembolso en Amazon.com por la funda de piel Vipertek para el Kindle Fire, cientos de críticos ya habían proclamado que el producto era una maravilla y que sin duda se merecía cinco estrellas.

Como medida que la sabiduría colectiva de la multitud sustituye a la publicidad tradicional, las reseñas favorables alimentan los motores rugientes del comercio electrónico. La oferta de VIP refleja la importancia que los comerciantes dan a estas evaluaciones (y los extremos a los que llegan para aprovecharse del sistema).

Los comentarios falsos están atrayendo la atención de los reguladores. "La publicidad disfrazada de opinión es un viejo problema, pero ahora se está presentando bajo formas diferentes", dice Mary K. Engle, directora adjunta de prácticas publicitarias de la Comisión Federal del Comercio.

Investigadores como Bing Liu, catedrático de informática de la Universidad de Illinois en Chicago, tratan de idear modelos matemáticos que desenmascaren



JOHN GRESS PARA THE NEW YORK TIMES

Bing Liu, catedrático de informática, trata de desenmascarar las reseñas falsas.

sistemáticamente los elogios falsos. "Cada día hay más personas que dependen de las reseñas para decidir lo que compran y adónde van, así que los incentivos para falsearlas están aumentando", decía Liu. "Es una forma muy barata de hacer publicidad".

Hacia finales de enero, 310 de los 335 comentarios sobre la funda Vipertek eran de cinco estrellas. El elogio parecía auténtico, salvo por una indiscreción ocasional. "Le habría dado cuatro estrellas en lugar de cinco si no fuera por el reembolso", escribía sin rodeos un hombre. VIP Deals, que se especializa en fundas de piel para tabletas y en

clientes dijeron en las entrevistas que la oferta era clarísima. Buscando una funda protectora para su nuevo Kindle Fire, se toparon con la propuesta: la página de VIP vendía una funda por menos de 10 dólares más gastos de envío (el precio oficial en el catálogo era de 59,99 dólares). Cuando el paquete llegaba, traía con él una invitación "a escribir un comentario sobre el producto para la comunidad de Amazon". "A cambio de escribir la reseña, le reembolsaremos su pedido, de modo que habrá recibido el producto gratis", decía.

Anne Marie Logan, farmacéu-

pistolas eléctricas, negó que estuviese ofreciendo reembolsos en secreto.

Pero tres clientes dijeron en las entrevistas que la oferta era clarísima. Buscando una funda protectora para su nuevo Kindle Fire, se toparon con la propuesta: la página de VIP vendía una funda por menos de 10 dólares más gastos de envío (el precio oficial en el catálogo era de 59,99 dólares). Cuando el paquete llegaba, traía con él una invitación "a escribir un comentario sobre el producto para la comunidad de Amazon". "A cambio de escribir la reseña, le reembolsaremos su pedido, de modo que habrá recibido el producto gratis", decía.

Anne Marie Logan, farmacéu-

tica de Georgia, tenía sospechas. "Yo pensaba '¿será verdad?', dice. "Pero lo abonaron en mi cuenta. ¿Piensan ustedes que es poco ético?".

Se espera que Amazon venda 20 millones de tabletas Kindle Fire este año, lo que hace que el mercado de las fundas pueda llegar a ser enorme. Pero también es ferozmente competitivo, con docenas de modelos en los expositores del Kindle de Amazon. Con una pequeña inversión, VIP situó su producto muy por encima de los de la competencia.

Los clientes como Logan, que consiguieron algo que querían por tan solo unos pequeños gastos de envío, estaban entusiasmados, por supuesto. Y Amazon acumuló más ingresos. Ni siquiera unos cuantos disidentes fueron capaces de aguar la fiesta. "Esto es una violación flagrante del sistema de puntuación

y reseña usado por Amazon", escribía un cliente llamado Robert S. Pollock en un comentario que tituló "Timo". Fue reprendido inmediatamente por otro cliente: "No es un timo, sino un incentivo".

Según las normas de la Comisión Federal del Comercio de EE UU, cuando hay una relación entre un comerciante y alguien que promueve su producto que afecta a la credibilidad de la reseña, debe decirse abiertamente. Legacy Learning Systems, que vende videos instructivos para aprender música, pagó 250.000 dólares el pasado marzo para que se retirase la acusación de que había contratado a filiales para recomendar los videos en páginas web.

Amazon, tras recibir de *The New York Times* una copia de la carta de VIP, dijo que sus directrices prohibían la compensación por las reseñas de los clientes. Unos días después, borró todas las reseñas sobre la funda y luego eliminó la página del producto.

Cuando se les preguntó por qué Amazon parecía no haberse dado cuenta de que al menos unos cuantos consumidores habían cuestionado la oferta de VIP en su propia página, una portavoz no quiso hacer comentarios. Tampoco dijo exactamente lo que había pasado con otros productos de VIP, como la minipistola eléctrica Vipertek VTS-880, que también desapareció tras haber obtenido reseñas de cinco estrellas. "Compré una para mi esposa y decidí dejar que la probara conmigo", escribía un hombre en su reseña. "La cargamos completamente y... ¡les aseguro que me arrepiento de esa decisión!".