



Cómo quejarse eficazmente en internet

[BBC Mundo](#). - La tecnología hace que estemos cada vez más conectados, pero cuando tenemos una queja, ¿sabemos aprovechar al máximo las oportunidades que nos presenta internet?

Aunque es frecuente ver en foros y redes sociales quejas de usuarios frustrados como consumidores o como ciudadanos, los comentarios no necesariamente conducen a una resolución.

Muchos pueden estar quejándose de lo mismo pero en plataformas e incluso idiomas diferentes, sin saber los unos de los otros.

Además de los foros, están las páginas locales y los espacios en las grandes empresas para hacer críticas de producto, como yelp.com, TripAdvisor, Amazon, etc. que aunque no están pensadas para aglutinar quejas sí son lugares habituales donde los usuarios pueden airear su descontento.

Pero además de desperdigadas, las quejas por sí solas no suelen conducir a la solución de un problema.

Más allá de la queja individual

En años recientes han surgido iniciativas en línea que con mayor o menor éxito aspiran a movilizar a los usuarios para el cambio.

A nivel global están las peticiones masivas de firmas desde páginas como change.org, pero su impacto real es cuestionable.

¿Son estos espacios eficaces?

Priya Prakash, creadora de Design For Social Change (Diseño para el cambio social) cree que no se puede generar un cambio de manera eficaz sólo quejándose, ya sea dentro o fuera de internet.

"Emprender una iniciativa y hacer algo al respecto de una manera pro activa o en conjunto con otros que comparten la misma preocupación es lo que genera un cambio", le dijo a BBC Mundo.

Prakash es también la fundadora de www.changify.org, una plataforma a través de la que los vecinos pueden agruparse para proteger cosas que adoran de su barrio.

Changify nació en Londres pero ya inspiró proyectos en ciudades de varios países, como Barcelona.

Buscando el cambio

Simon Darling coincide en que el gran desafío de las comunidades en internet es lograr generar un cambio, según le dijo a BBC Mundo durante la feria de tecnología Tech Crunch Europe Disrupt en Londres.

Por eso decidió crear Quiet Riots, una red social diseñada para que la gente emprenda acciones para resolver sus problemas.

"Encuentra a otros con el mismo problema que tú", dice su logo.

Cómo quejarse eficazmente en internet

Darling concibió la idea como un espacio donde los usuarios pueden quejarse sobre algo que les preocupa, "ya sea tu esposo, una aerolínea o una compañía telefónica", encontrar a otros individuos con inquietudes parecidas e inmediatamente "hacer algo al respecto".

Entre esas vías de acción puede haber medidas serias, como firmar una petición o participar en una protesta, o iniciativas más divertidas, como enviar a un hombre vestido de pollito a entregarle personalmente una carta al director de la empresa que crees que te estafó para avergonzarlo -algo que Quiet Riots hizo recientemente, grabó en video y colgó en internet.

Esta startup aspira a ser global y para ello provee una manera fácil de traducir los comentarios de otros usuarios utilizando Google translate.

Quiet Riots es todavía una empresa emergente en busca de financiación. Aunque seguramente no falten motivos en este mundo para quejarse, ¿funcionará su propuesta?

Local vs. global

El mundo se está haciendo más pequeño y creo que con el tiempo estar involucrado en un movimiento global para el cambio es cada vez más natural

Steve Dimmick, Director de Servicios al Cliente de la agencia Small Joys

Según Steve Dimmick, Director de Servicios al Cliente de la agencia galesa Small Joys, lo importante en este tipo de plataformas es que no se queden en un mero espacio donde la gente exprese su frustración.

Hay una diferencia de enfoque entre simplemente quejarse y emprender una acción para generar un cambio positivo.

Los cambios suceden cuando se crea una sensación de comunidad, en la que se comparten experiencias y se empodera a la gente para emprender acciones, por ejemplo compartiendo información, vínculos, documentos, etc.

Generar esa sensación de comunidad a nivel local, como propone changify.org, parece algo mucho más fácil que lograrlo a nivel global. Pero según Dimmick algo está cambiando.

Si solo te enfadas y gritas, en raras ocasiones consigues vengarte. Mientras que si consigues hacer una broma y casi avergonzar a una persona o a una compañía puedes conseguir más cambios

Steve Dimmick, Director de Servicios al Cliente de la agencia Small Joys

"Invariablemente la intuición natural del individuo es preocuparse por lo que le queda más cerca, lo que siente que importa más", dijo.

"Pero el mundo se está haciendo más pequeño y creo que con el tiempo estar involucrado en un movimiento global para el cambio es cada vez más natural" añadió.

Como ejemplos, Dimmick cita los movimientos globales cada vez más fuertes para el avance de valores como la democracia o la igualdad.

Claves para que tu queja sea eficaz

Según Dimmick, el factor principal para llamar la atención y ser eficaz, es que tu campaña sea diferente.

Además, debe tener un enfoque positivo, no hostil: "El odio genera odio", dijo.

Y siempre ayuda que tenga un toque de humor.

Como ejemplo, Dimmick citó el caso de un vecino de Cardiff, la capital de Gales, que harto de encontrar heces de perros en la calle decidió pintar con tizas de colores círculos alrededor de las "evidencias" en la acera.

La medida fue tan inesperada, a la vez que colorida, que resultó muy eficaz.

Cómo quejarse eficazmente en internet

Los vecinos se fijaron, fotografiaron la acción y la subieron a internet, y fue tan comentada que despertó el interés de la prensa local.

"Si hubieran puesto las heces en bolsas y se las hubieran devuelto a los dueños de los perros, algo más convencional que ha sucedido en el pasado, seguramente no habría tenido el mismo efecto".

"Esta manera de quejarse fue diferente: avergonzó a los individuos pero de una manera más discreta", comentó.

"Si solo te enfadas y gritas, en raras ocasiones consigues vengarte. Mientras que si consigues hacer una broma y casi avergonzar a una persona o a una compañía puedes conseguir más cambios", dijo.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original