



La rivalidad entre Microsoft Corp y Google Inc se está convirtiendo en una disputa entre adolescentes.

Microsoft abrió este miércoles un nuevo frente en su batalla contra el proveedor de servicios de búsqueda número uno del mundo al lanzar un ofrecimiento libre de publicidad para usuarios de servicios educativos de Bing, su motor de búsquedas que durante años ha quedado rezagado respecto a Google.

Bajo el programa gratuito llamado «Bing for Schools» (Bing para Escuelas), los estudiantes de las escuelas de los distritos participantes ya no verán anuncios publicitarios o contenido para adultos cuando hagan sus búsquedas en Internet.

Microsoft lanzó a Bing como una alternativa en un momento de creciente preocupación pública sobre cómo las compañías de Internet hacen seguimientos de los movimientos de sus usuarios para apuntar los anuncios publicitarios.

Como parte del programa, Microsoft también ofrecerá tablets Surface y materiales pedagógicos para enseñar a jóvenes sobre el uso de Internet.

Stefan Weitz, director de búsquedas de Microsoft, dijo que el programa ayudaría a usuarios jóvenes de productos de la empresa.

«Esperamos demostrar la calidad de Bing a maestros y estudiantes y también a sus padres, y una vez que comprueben esas bondades, esperamos ver un incremento de su uso fuera de las escuelas», manifestó Weitz.

Bing, que posee una cuota del 18% en el mercado de búsquedas, no ha podido acercarse a Google, con un 67% según datos de ComScore, a pesar de sus agresivos esfuerzos por reducir la brecha.

La maniobra de Microsoft es la última señal de que las compañías tecnológicas están apuntando al mercado educativo como una manera de llegar a los niños que serán la



próxima generación de consumidores.

La nueva propuesta de Bing, enmarcada en el contexto de preocupaciones por la privacidad, es parte de una campaña de mercadeo más amplia contra Google dirigida por un equipo de consultores políticos que incluyen a Mark Penn, asesor de Bill y Hillary Clinton.

En los últimos meses, Microsoft ha aumentado las denuncias publicadas en su sitio web «Scroogled», donde acusa a Google de violar la confianza de sus usuarios mediante el escaneo de correos electrónicos para orientar publicidades. Microsoft también ha respaldado la promoción de un protocolo que desalienta el seguimiento online.

«La gente no piensa que sea apropiado mostrar publicidades a niños en un ambiente de aprendizaje», dijo Weitz.

Un portavoz de Google no quiso hacer comentarios.

Mientras que Microsoft depende fuertemente de las ventas de software, más del 95% de los ingresos de Google proviene de los anuncios publicitarios y una porción significativa de ellos deriva de su motor de búsquedas.

Fuente: cnnexpansion