

Para qué NO es el correo electrónico

Javier Smaldone

<http://www.smaldone.com.ar>

Motivación

Escribir estas líneas me resulta muy poco interesante y motivador. El hecho de tener que explicar algunas cosas que son (al menos para muchas personas) obvias parece una pérdida de tiempo. Pero siento que debo hacerlo.

Internet ha crecido y sigue creciendo a un ritmo que no decae. Y eso es algo bueno. Pero este crecimiento, junto con el ingreso a la red de personas cada vez menos instruidas en informática (lo cual también es bueno), tiene consecuencias muy negativas. El correo electrónico, una de las herramientas más poderosas que nos brinda Internet, está perdiendo su utilidad debido al mal uso que muchos hacen de él. Lamentablemente, debido a la arquitectura abierta e incensurable de la Red, resulta muy difícil limitar el uso de los servicios (inclusive el mal uso de los mismos).

Es extraño ver como una suma de factores positivos (crecimiento, menor exigencia de conocimientos, libertad de uso) con el agregado de una cuota de ignorancia y, en algunos casos, de mala intención; provoca efectos altamente perjudiciales.

Pido disculpas a quienes les resulte obvio lo que sigue. No escribo esto para los expertos, sino para quienes no son conscientes del daño que ocasionan al usar indebidamente el correo electrónico.

Leer el correo ya no es lo que solía ser...

Cada vez que abro alguna de mis cuentas de correo electrónico extraño los "viejos tiempos". Antes, leer el correo era algo placentero: uno podía encontrarse con un saludo de un amigo lejano, una respuesta a una pregunta hecha en un foro técnico, información que había requerido para resolver el problema de un amigo, la confirmación de un negocio, etc.

Hoy, más del 90% de los mensajes que recibo son ofertas comerciales (que rara, rarísima vez, me interesan), virus, cadenas, chistes, voluminosas presentaciones gráficas que nunca pedí que me enviaran, entre otras cosas inútiles. Y eso no es todo: en aquellas cuentas en donde el proveedor me impone un límite (lo común para la mayoría de los usuarios), muchas veces encuentro que esta andanada de mensajes-basura las han saturado y posiblemente no haya recibido algún mensaje útil que sí me interesaría.

Otras veces me encuentro con mensajes de conocidos o amigos, que quizás me interese leer, que contienen enormes archivos que contribuyen a llenar mi cuenta de correo. Pero eso no es lo peor: desde mi casa me conecto a Internet usando un módem telefónico, con el cual la descarga de un archivo de 500Kb demora al menos 2 o 3 minutos. Y cuando finalmente termino de descargarlo (con el consiguiente costo por el uso de la línea y la espera) noto que el contenido del archivo podría haber sido colocado en otro formato, en el que ocuparía una décima parte.

Usos indebidos de una herramienta muy poderosa

En muchos casos por ignorancia, en otros por malicia, el uso indebido de el correo electrónico perjudica a todos los usuarios. Lo primero puede solucionarse si se logra comprender la verdadera utilidad y el potencial de esta herramienta. Eliminado este factor, los casos de uso mal intencionado (que son, por mucho, menos frecuentes) pueden resolverse con el rechazo de quienes reciban mensajes de este tipo.

No voy a exponer aquí las bondades del correo electrónico (se ha escrito mucho, muchísimo, sobre eso), simplemente enumeraré las cosas que **no deben hacerse** con él:

El correo electrónico no es un canal publicitario

Me dirijo aquí a los empresarios y profesionales que ven en el correo electrónico una excelente forma, además muy económica, de publicitar sus productos y servicios. Por favor, no crea que el hecho de que una herramienta le permita hacer algo significa que puede hacerlo con total libertad.

Entiendo que es muy tentador adquirir, a un muy bajo precio, una lista de direcciones de correo electrónico para luego escribir un mensaje publicitario y con un par de clics del mouse hacerlo llegar a miles de personas. De la misma manera, alguien podría descubrir que es muy barato comprar un alto parlante y pararse en frente de su casa a publicitar lo que sea que vende. Claro que a usted no le haría ninguna gracia esto, de la misma forma que a los usuarios de Internet no les agrada recibir constantemente propaganda de su empresa (de hecho, ¿nunca pensó en el efecto negativo que esto produce en su imagen?).

De esta manera también está haciendo rentable el negocio de recolección y venta de direcciones de correo electrónico (los malintencionados de los que hablaba anteriormente), que por lo general también se vale del envío de mensajes para lograr su fin, contribuyendo a la polución del sistema.

¿Quiere usar Internet como medio de publicidad y venta? Aquí van un par de ideas: monte un sitio web en donde ofrezca, además de información sobre sus productos, servicios gratuitos a sus potenciales clientes. Interéselos, demuéstrole que su empresa les brinda utilidad. Claro que esto es más costoso y requiere de un mayor esfuerzo intelectual y creativo que la redacción de un mensaje, pero también es más efectivo y mejora la imagen de su empresa. Algo más simple es colocar anuncios en páginas de servicios gratuitos de terceros. De esta forma estará aportando a su mantenimiento y los usuarios sabrán reconocer que su empresa los está beneficiando.

Nuevamente, entiendo perfectamente que es mucho más sencillo escribir un mensaje y hacer dos clics, pero piense en el perjuicio que nos ocasiona a todos (incluyendo a su empresa). A muchos no nos interesa costear su publicidad.

Corte las cadenas

Niños enfermos, donaciones de dinero, negocios tentadores, buena suerte (o desgracias), cierre de algún proveedor de correo electrónico y un largo etcétera... Estas y otras artimañas son usadas para lograr que un mensaje sea reenviado a tantos usuarios como al ingenuo receptor ocasional le sea posible. **Por favor, no caiga en estas trampas.** No son muy diferentes a las viejas cadenas de correo postal, que explotan las nuevas posibilidades de Internet (y la ingenuidad e ignorancia tradicionales).

No crea que con hacer un clic va a salvarle la vida a un niño enfermo. Si quiere hacerlo, le sugiero que concurra al hospital público más cercano, donde seguramente encontrará muchas personas que necesitan ayuda. (Pero le anticipo que le costará algo más que el esfuerzo en hacer un click en “*Reenviar*”.)

Chistes y poesía

¿Le pareció gracioso?, o tal vez le pareció enternecedor o profundo. Pero antes de reenviarlo indiscriminadamente a todos sus conocidos medite un instante. ¿Le parece que a determinada persona le agrada perder 5 minutos de su tiempo descargando ese mensaje? Piense que quizás, en el momento en que lo reciba, esté esperando un mensaje urgente o importante. Piense también que, si todos le enviaran mensajes del tamaño de esa presentación, su cuenta de correo se saturaría en un par de horas. ¿Está seguro de que a alguno de los otros veinte destinatarios de ese mensaje no se le ocurrió enviarlo a esa persona?

Una sugerencia: **no lo haga.** Personalmente, si me interesaran tanto los chistes, visitaría sitios web dedicados a ese tema. O me suscribiría a una lista de correo electrónico sobre poesía, pintura o fotografía. Piense que está incomodando a sus amigos, muchos de los cuales no se lo harán saber por temor a ofenderlo. En cambio, envíeles un breve mensaje preguntándoles si les interesaría recibir esa presentación. O, sino, mándeles la dirección de la página web en donde encontró ese chiste tan gracioso. Todos se lo agradeceremos.

El tamaño Sí importa

Para el usuario inexperto este es un tema difícil, pero no por ello debe dejarse de lado. A la hora de enviar información en un e-mail es muy importante decidir **en qué formato lo hará**. De la misma manera que cuando envía una carta muy extensa por correo postal trata de usar papel liviano para disminuir el costo del envío, debe tomar el mismo recaudo en el caso del correo electrónico (más aún teniendo en cuenta que el mayor costo lo paga el destinatario).

Muchas veces se utiliza un documento de *Word* para enviar un texto que podría haber sido escrito directamente en el mensaje, otras veces se incluyen gráficos innecesariamente grandes, o en formatos poco eficientes. Si no conoce demasiado de estos temas, por favor, tómese un tiempo y recurra a un experto para informarse (de la misma manera que se tomó el tiempo para aprender a usar el correo electrónico).

No sea la Mary “Tifus” de Internet

Mary “Tifus” fue una cocinera estadounidense que, sin saberlo, contagió a mucha gente la fiebre tifoidea. Pero luego de diagnosticársele la enfermedad y habiéndosele prohibido trabajar como cocinera, siguió haciéndolo bajo una identidad falsa y continuó infectando gente.

La mayoría de los virus informáticos que se propagan a través de Internet lo hacen a través del correo electrónico, utilizando vulnerabilidades de los programas *Outlook*, *Outlook Express* y la *Libreta de Direcciones* de *Microsoft Windows*. Al leer un mensaje conteniendo un virus, este se ejecuta y comienza a reenviarse mediante mensajes dirigidos a otras personas, tomadas de la *Libreta de Direcciones* (de aquí toma también la dirección del falso remitente de los mensajes). Todo esto ocurre de forma automática, sin el conocimiento del usuario.

Ahora bien, si usted utiliza estos programas, sepa lo que puede suceder. Sepa que, aunque sin hacerlo adrede, cada vez que reciba un virus nuevo, estará ayudando a diseminarlo y perjudicar a otros (y no importa cuán actualizado tenga su antivirus, alguna vez le pasará). Sé que quizás sea demasiado lo que le pido: **no use Outlook ni Outlook Express**. Al menos, si le resulta muy difícil prescindir de ellos, no guarde la información de sus contactos en la *Libreta de Direcciones*.

Muchos virus se transmiten dentro de archivos de *Word*, *Excel*, *PowerPoint* o ejecutables de *Windows*. Por favor, **evite enviar este tipo de archivos**. Muchos usuarios de *Windows*, posibles receptores de su mensaje, no tienen ninguna defensa contra esto.

Conclusiones

Como verá, gran parte de lo expresado anteriormente puede resumirse en una frase: **sea respetuoso con el resto de los usuarios del sistema de correo electrónico**. No crea que su velocidad, su flexibilidad, el supuesto anonimato que le brinda o la confianza con otros usuarios, son excusas para cometer abusos.

Durante décadas Internet ha crecido y evolucionado principalmente por el aporte de sus usuarios, quienes mantuvieron en la mayoría de los casos, normas de conducta y de ética. Quienes tuvimos la suerte de utilizar la red en esos tiempos (en los que, por ejemplo, era mal visto enviar un mensaje de más de 64Kb y en el que cada e-mail publicitario era respondido con una dura consideración al respecto), vemos con tristeza el avance de la contaminación en la Red.

Internet no es de nadie y es de todos. Está en manos de nosotros, los usuarios, y somos nosotros los únicos que podemos mejorarla. Y no es difícil: tan sólo se requiere sentido común y consideración hacia los demás.

Ojalá mi mensaje haya podido aclararle los puntos más importantes. O, al menos, ojalá sirva para que la próxima vez, antes de hacer un clic en “*Enviar*”, piense si realmente está haciendo algo positivo.

Gracias por el tiempo dedicado a la lectura de este texto.

Javier Smaldone
<http://www.smaldone.com.ar>