

## **La Historia del Spam**

Por: Andrés Pumarino M.

Puede ser que hace unos minutos haya llegado a la bandeja de entrada de su correo electrónico un e-mail con el ofrecimiento de una empresa para viajar a un determinado país o que se promocionen ciertos productos novedosos de los cuales usted no conoce. Pero esos e-mails que han llegado a su correo electrónico sin que medie su consentimiento, saturando la bandeja de entrada de su computador y consumiendo espacio disponible para recibir información de amistades o de trabajo que tienen prioridad. Esa basura que llega a su correo, que usted no lee y que elimina a la brevedad se le ha denominado "Spam", pero ¿cuál es el origen de esta extraña palabra anglosajona?

Según el New York Times, la historia de la palabra "Spam" se remonta a diversas acepciones, así es como en 1937 en Estados Unidos tras realizarse un concurso la empresa Hormel Food pasa a llamar "Spam" al jamón aliñado (spiced ham).

En 1978 la empresa Digital envía a los usuarios de Arpanet una invitación comercial que promueve los productos de la familia DECSys-20, para algunos especialistas este es considerado el primer Spam. Una usuaria del sistema, Elizabeth Feinler, expresó que "existían buenas razones para no permitir este tipo de mensajes".

En la década de los ochenta los usuarios de los primeros sistemas de "chat" comienzan a referirse a las inundaciones de datos que interrumpen la conversación on line como "Spam".

En 1993 en respuesta a que un usuario que invadió un grupo de noticias de Usenet con mensajes, Joel K Furr usa la palabra "Spam" para describir esta inundación de información.

En 1994 un administrador de sistemas de la Universidad de Andrews (EE.UU) envía un mensaje a todos los grupo de noticias con el texto "alerta global para todos, Jesús viene pronto."

En abril de 1994, dos abogados de Arizona, Laurance Canter y Martha Siegel, envían a todos los usuarios de Usenet un mensaje publicitario de su firma a todos los grupos de noticias.

Para los especialistas del siglo XXI, se define al Spam como el uso inapropiado del e-mail y los mensajes, que consiste en enviar información y publicidad a personas que no lo solicitaron.

Según los antecedentes, estas son algunas de las maneras por las cuales se dio a conocer la génesis de la palabra Spam. Pero debemos tener presente algunas interrogantes que se le formulan a este molesto e-mail. En algunos correos electrónicos enviados por empresas nacionales suele agregarse la siguiente frase "En Chile el despacho de publicidad por correo electrónico no está regulado ni prohibido. Entendemos que a algunas personas les puede molestar y por esta razón nos atenemos a la normativa internacional que establece que ningún e-mail puede ser considerado Spam, si (sic) contiene una forma de remoción".

Tenemos que aclarar que no existe normativa internacional que establezca qué es un Spam y cuándo no lo es. Este tipo de publicidad origina altos costos para las empresas, en Estados Unidos según un estudio de septiembre del año 2002, el número de e-mail no solicitado (al que llaman "spam") casi se ha duplicado en un año al pasar de un promedio de 3,7 "correos basura" al día en 2001 a 6,2 en 2002. En EE.UU. el volumen de "spam" ha aumentado 86% entre estos años, pasando de 140.000 millones a 261.000 millones, y para el 2003 las proyecciones señalan que llegará a 320.000 millones. Estas cifras son para saturar cualquier servidor de una empresa de telecomunicaciones como también para nuestros simples computadores caseros.

En Chile, la Cámara de Comercio de Santiago, calculó que el correo no deseado le costó al país US\$ 36 millones el 2002 (\$27.000 millones) por pérdida de productividad. Esta pérdida se produce por el tiempo destinado a borrar los correos no deseados. Según datos de Estados Unidos, una empresa de cien empleados pierde US\$ 250 mil al

año en productividad mientras sus trabajadores borran el Spam. Dos tercios de los empleados pasan más de diez minutos al día borrando "correos basura".

En los Estados Unidos se busca legislar para sancionar a las personas y empresas que envían e-mail no deseados, en Chile la manera que se ha empleado para evitar el aumento de los correos no deseados es a través de la autorregulación por medio de recomendaciones de Buenas Prácticas para el envío de mensajes publicitarios". Una de ellas consiste en que quienes envían e-mail no autorizados deben identificarse claramente con nombre, RUT, dirección, número de teléfono y dirección de correo electrónico, sin perjuicio de ello se encuentra en el trámite en el Congreso Nacional un proyecto de ley que busca regular este tema dentro de las normas que regular el derecho y protección de los consumidores, Ley 19.496.

De esta manera si las personas y las empresas respetan estas conductas mucho de nosotros podemos ahorrarnos el disgusto de recibir en forma reiterada cantidades de correos no deseados y el tiempo de tener que pasar algunos minutos del día borrando esta información desde nuestros correos electrónicos, de lo contrario en un futuro cercano será la Ley quien se encargue de sancionar a los infractores.