

SOBRE LAS CADENAS EN EL CORREO ELECTRÓNICO. ¿ESTUPIDEZ O CODICIA?

Dr. Luis Carlos Silva Ayçaguer
INOFMED

Todos nosotros hemos recibido probablemente los mensajes que reproduzco más abajo, o similares a ellos. Los habrá recibido en magnitud directamente proporcional al tiempo que lleven operando con el correo electrónico, puesto que esta práctica es de vieja data. Los dos que reproduzco de inmediato han circulado insistentemente. A mí me han llegado media docena de veces. Creo que se trata de patrañas. En realidad las dos expresiones específicas que abajo reproduzco no tienen mayor importancia como tales. Sin embargo, hay razones a mi juicio para desenmascararlas, como fundamento más abajo. Los mensajes en cuestión, en la versión que me han llegado, rezan así:

Asunto: [solidaridad con Brian](#)

Se trata de un chico de Buenos Aires (Brian) que tiene una malformación del corazón y precisa un transplante. El coste de la operación es de \$115,200. Las ISP (Internet Service Provider) dentro del país o en el extranjero pagaran \$ 0,01 por cada e-mail que se envíe con este titulo: SOLIDARIDAD CON BRIAN.

Es preciso actuar rápidamente. Se necesitan 11,5 millones de mensajes electrónicos para financiar la operación. Se le ha puesto a Brian un Notebook al lado de su cama con un modem para que pueda ir contando. Si lo enviáis a todas las personas que conocéis, tardareis 2 minutos y, sin embargo, esto ayudara a salvar la vida de un niño. Os ruego que no rompáis la cadena y que, sobre todo, no olvidéis poner el mismo titulo, ya que es la única forma de control para las ISP.

Muchas gracias.

Asunto: [HAMBRE MUNDIAL](#)

He recibido este correo, que les recomiendo hagan circular todo lo que puedan. A diferencia de otros, no recibirán nada a cambio. Si tienen Internet, basta con que hagan doble click en la dirección de la O.N.U. <<http://www.thehungersite.com>> verán un mapa en el cual se ilumina un país cada 3.6 segundos. El país iluminado indica donde acaba de morir alguien de hambre según UNICEF. Hagan click en DONATE FREE FOOD que hay debajo del mapa, habrán financiado, sin coste alguno para vosotros, un plato de comida para alguien en el mundo. Lo pagan las empresas que aparecen con sus logos. Sólo se puede hacer click una vez por persona y día. Hagan circular el mensaje. Mejor que formen un nuevo mensaje (copiar y pegar) en vez de reenviar. Gracias por vuestra colaboración.

Unos minutos de reflexión (que uno normalmente no tiene tiempo de destinar al asunto) y una lectura detenida de lo que dicen estos mensajes (que el vértigo en que vivimos no

nos permite muchas veces hacer) acaso convenzan de que lo que allí se escribe NO TIENE NI PIES NI CABEZA.

¿Quién y cómo van a poder rastrearse mensajes que tengan ese subject relacionado con el tal Brian en todo el globo terráqueo? ¿Y con qué objeto? ¿Cómo Brian va a ir contando desde su notebook los mensajes hasta llegar a 11 millones y medio? Si contara un mensaje por minuto, suponiendo que el pobre Brian tuviera la posibilidad técnica, que tuviera una salud de hierro y que no durmiera nunca, tendría que estar 22 años contando mensajes sin parar. Si hubiera unos sujetos dispuestos a dar ese dinero, ¿porqué diablos no se lo dan de una vez al presunto niño enfermo en lugar de exigir un estéril flujo de mensajes que carecen de todo sentido, salvo el de dilatar su curación, sin contar lo despiadado que sería el procedimiento con el supuesto enfermo?

Hace poco leía dentro de una novela una cínica afirmación que decía: las personas se dividen en dos grupos: *los que quieren dinero* y *los que no saben lo que quieren*. No la comparto, pero creo que - aunque haya más grupos aparte de los dos mencionados- los autores de estos engendros pertenecen a uno de los dos citados grupos.

Hay unos individuos empecinados en que se construyan cadenas de este tipo, no sé debido a qué extraña entidad psiquiátrica (quizás solo aspiren a tener el placer orgásmico de recibir un día desde Singapur el mismo mensaje que un día generaron desde alguna asilada oficina de Cochabamba o desde un aburrido ático de Iowa). El autor de la cadena de Brian probablemente es uno de los que la padece. Algunos sujetos están tan empeñados en esa estupidez que generan trucos más o menos ingeniosos como decir que Bill Gates necesita probar un detector (“tracker”) de mensajes y cosas de esa índole. Este de Brian es de los más burdos. Muchos de los avisos sobre peligrosos virus anunciados “ayer” por AOL o Microsoft y que “destruyen el disco duro” son también bastante burdos (en lo personal suelen irritarme los documentos que, sin estar fechados, hablan de lo que pasó “ayer” o “este año”). No me detendré en las que dicen que si no sigues la cadena te va a pasar la desgracia X o Y, todo fundamentado en ridículas anécdotas (entre las cuales siempre figuran la de personas que perdieron el empleo al interrumpirla o ganaron la lotería cuando cumplieron las indicaciones), parecen diseñados por y para retrasados mentales.

La interpretación de que los gestores de las cadenas no saben bien lo que desean es una de las dos posibles. Pero hay otra: el autor pertenece al conjunto de los que quieren dinero a costa de nuestra energía, nuestra ingenuidad, nuestras buenas intenciones y nuestro tiempo (el que destinamos a estas cadenas).

Cuando se envía el mensaje reproducido a nuestros corresponsales electrónicos habituales, estamos difundiendo por la red esa lista de nombres y direcciones. Esta es una información potencialmente útil para los mercaderes. Todos recibimos mensajes que no sabemos cómo pueden haber llegado a nuestro buzón; no se trata de cadenas de este tipo sino informaciones comerciales u ofertas de cosas sorprendentes (el llamado *spam*, que tantos quebraderos de cabeza da a los administradores de red). Sospecho que han tomado nuestras direcciones de mensajes que circulan con nuestros nombres por la vía mencionada.

Por otra parte, si analizamos el segundo mensaje que se reprodujo arriba (el cual, quizás no sea apócrifo, pero sí, como mínimo, un anuncio poco serio que usa o procura explotar nuestro deslumbramiento ingenuo ante las tecnologías), advertirás:

- que el sitio web mencionado no es de la ONU, como se afirma en el texto (su extensión *com* indica que es el del área comercial)
- que habla del anuncio de la muerte de “alguien”, aunque UNICEF sólo se ocupa del tema de los niños (o sea que es falso que se apoye en una información de UNICEF)
- que es absurdo (diría incluso que demencial) la mera idea de que haya un software conectado con todos los lugares del planeta de manera que cuando muera alguien (por si fuera poco, con el diagnóstico específico de que haya sido por inanición), se encienda un luz señalando el país; es fácil sospechar que Burundi no está repleto de computadoras informando la muerte de los hambrientos en cada poblado

A mi juicio, tan pronto veamos los síntomas que anuncian que estamos frente a una de estas expresiones, lo razonable es borrar el mensaje y no enviarlo a nadie. Salvo alguna excepción, la única cadena que realmente tendría sentido desarrollar, en mi opinión, sería una en que se comentara que todo esto de las cadenas es casi siempre una trampa, con la cual por otra parte se puede quizás colapsar la red (o meter ruido en ella), así como una prueba irrefutable de la presencia ubicua de la mediocridad que nos ataca por todos lados, o bien de intereses mercantiles, no menos agresivos. Para defendernos de esa mediocridad y de esos intereses tenemos que estar atentos, pues el embate es permanente, sostenido y se aprovecha tanto de nuestra buena voluntad como de que vamos perdiendo la costumbre de reflexionar pausadamente los textos que tenemos delante.

Finalmente, debo aclarar que hay cadenas que se orientan a denunciar (o apoyar) causas políticas o de otra índole que los autores consideran injustas (o justas). Ellas han sido generadas probablemente por personas que sí saben lo que quieren y eso que quieren no es dinero. Obviamente, esto es otra cosa; cada cual puede decidir sumarse o no a ellas de acuerdo con sus puntos de vista; hacerlo no necesariamente entraña haber caído en una trampa como las comentadas.