

¿REENVIAR O NO REENVIAR?

VAYA CUESTIÓN



LUZ MARÍA NIETO CARAVEO
Profesora Investigadora de la UASLP

Publicado en Pulso, Diario de San Luis

Sección Ideas, Pág. 4a del jueves 19 de julio de 2001

San Luis Potosí, México.

URL: <http://ambiental.uaslp.mx/docs/LMNC-AP010719.pdf>

¿PORQUÉ DISCERNIR?

En mis dos artículos anteriores para Pulso¹ he estado abordando el tema de las “leyendas urbanas”, *hoaxes* y otros tipos de engaños que circulan y se reproducen ampliamente por la Internet ante la facilidad con que pueden ser reenviados por correo electrónico con un mínimo de esfuerzo. Vimos los casos de los gatos bonsai, del poema “La marioneta” (atribuido a Gabriel García Márquez), las alertas de virus hiperdestructores y ciertas cadenas que buscan apoyo para causas sociales o ecológicas plausibles. Ojalá con esos ejemplos haya podido convencer a mis lectores de que es necesario preguntarse antes de enviar un mensaje: ¿lo reenvío o no lo reenvío?.

No es un asunto trivial, porque aprender a discernir en la Internet significa evitar problemas de seguridad y *spam*, ahorrar tiempo y mejorar la calidad de la comunicación en general. Conforme estos instrumentos (como la PC) y estos medios (como la Internet) vayan generalizándose, será cada vez más importante y

¹ Disponibles en la sección de artículos de divulgación de la Agenda Ambiental de la UASLP, en: <http://ambiental.uaslp.mx/docs/divul.htm> . También pueden descargarse directamente de los siguientes enlaces: <http://ambiental.uaslp.mx/docs/LMNC-AP010705.pdf> y <http://ambiental.uaslp.mx/docs/LMNC-AP010712.pdf>

más necesario dicho discernimiento. Como lo dije en mi artículo anterior: el tiempo que dediquemos a diferenciar algo que vale la pena ser reenviado y lo que no, es un tiempo que estamos ahorrando a nuestros destinatarios.

FACTORES CLAVE

La expansión de las leyendas urbanas, los *hoaxes* y demás, se basa en dos factores clave: su verosimilitud y credibilidad. Como lo señalé en uno de mis artículos anteriores, la verosimilitud tiene que ver con la lógica interna del tema que se plantea; mientras que la credibilidad tiene que ver con el origen del planteamiento y el tipo de destinatarios. Por ejemplo, una novela puede ser verosímil pero no creíble, porque sabemos el contexto en que fue escrita. Y hay cosas que a veces creemos aunque no sean verosímiles (como los milagros o los dogmas) porque la fuente de la información tiene algún tipo de autoridad.

Un tercer factor es el uso tramposo del lenguaje, pues estos *emails* recurren a argumentos de apariencia técnica sofisticada o con una estructura discursiva que nos es familiar. Esto puede engañar a cualquiera que no se mueva con expertismo en el tema correspondiente, es decir, engaña a la mayoría de la gente porque el lenguaje suena lógico. Los lenguajes típicos que se utilizan son:

- el de Internet y las computadoras (mensajes de alerta como el del `sulfnbk.exe`, mensajes con propaganda, etc.);
- el de las ciencias (por ejemplo los gatos bonsai, las agujas infectadas de sida en las sillas, etc.); y
- el de denuncia (tipo los osos chinos, las mujeres de Afganistan, el poema “La Marioneta”, etc.).

¿QUÉ ALTERNATIVAS TENEMOS?

Si nuestra preocupación por los demás es auténtica, no podemos dejar de preguntarnos por la pertinencia de reenviar o no reenviar esos mensajes; pero: ¿Cómo saber si se trata de un engaño o no?. En general, propongo lo siguiente:

- 1) **No dejarnos llevar por el lenguaje aparentemente técnico** y buscar información de apoyo al tema, para corroborar la verosimilitud y la credibilidad: Un *email* de alerta auténtico, una denuncia o noticia, o una invitación a participar en una causa social siempre debe contener información de apoyo suficiente y accesible. Por ejemplo, debe contener direcciones a sitios de Internet de organizaciones acreditadas, ya sea de denuncia, científicas o técnicas que sostengan lo dicho en el mensaje u ofrezcan datos complementarios. Ojo: no cualquier fuente está acreditada, y este tipo de mensajes suelen decir que provienen de ciertas empresas (Microsoft,

Symantec) o citar ciertos sitios prestigiados (ZDNet, Altavista, etc.), pero casi nunca contienen un vínculo que nos lleve a la referencia concreta donde se amplía información. Ahí está la trampa. Desde mi punto de vista, los mensajes que contienen la información de apoyo en forma explícita (los menos) son los únicos mensajes a los que hago caso. Los demás, lo siento, pero los ignoro y los borro (los más).

- 2) **Buscar información especializada:** A veces llegan mensajes sospechosos, y aunque no los reenviaríamos a otras personas, sí quisiéramos avisarle al remitente que el mensaje que nos envió es falso y así prevenir casos futuros. Para esto es útil acudir a sitios especializados en documentar leyendas urbanas, *hoaxes*, cadenas, etc. e investigar en ellos la información que recibimos. Hay muchos sitios así (al final de este artículo les dejo las direcciones de mis sitios preferidos).
- 3) Finalmente, una tercera opción a la que he recurrido de vez en cuando, es la de **preguntar** a mis amigos que se dedican y hasta les divierten estos temas. Tengo la fortuna de contar con un par de compañeros excelentes que les encanta dar consejos sobre estas cosas de las PC's e Internet, mostrando con orgullo su amplio conocimiento, así que hacemos buena mancuerna cuando me atoro. En general, querido lector, es muy frecuente encontrar cooperación y solidaridad en estos asuntos.

Todo esto requiere tiempo, lo sé, y muchos usamos las PC's y la Internet para ahorrarlo, no para protegernos constantemente. Sin embargo, como cualquier tecnología, es necesario usarla informadamente hasta donde sea posible. Esto significa invertir tiempo para ahorrarlo después a nosotros mismos y a los demás.

Estamos comenzando a utilizar un instrumento de información y comunicación inédito en la historia. ¡Todos y todas estamos aprendiendo!

Sitios especializados en leyendas urbanas, hoaxes, cadenas, etc.:

- <http://www.rompecadenas.com.ar/>
- <http://www.trendmicro-la.com/vinfo/hoax.html>
- <http://www.foaxkill.com/>
- <http://www.symantec.com/avcenter/hoax.html>
- <http://personales.mundivia.es/astruc/doctxt35.htm>
- <http://www.datafellows.com/news/hoax.htm>
- <http://vil.mcafee.com/hoax.asp>
- <http://www.walthowe.com/navnet/legends/legends.html>



Visita nuestro sitio web: <http://ambiental.uaslp.mx/>



La información y opiniones contenidas en los artículos, publicaciones y demás materiales disponibles en las páginas de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) son responsabilidad exclusiva de los autores. Se publican con fines didácticos y de divulgación, con base en el principio universitario de libertad de examen y discusión de las ideas, así como en el derecho estatutario de los profesores de la UASLP a ostentarse como tales.

Derechos Reservados © 2003 por Luz María Nieto Caraveo. México.

Este material puede ser copiado, reproducido, modificado y distribuido por cualquier medio físico o electrónico, sólo sujeto a los términos y condiciones establecidos en la *Open Publication Licence*, v 1.0 o posterior (<http://opencontent.org/openpub>). Está prohibida la distribución de versiones sustantivamente modificadas de este documento, sin la autorización explícita del propietario de los derechos. La distribución del trabajo o derivados de este trabajo en cualquier libro estándar (impreso) está prohibida a menos que se obtenga con anticipación el permiso del propietario de los derechos. Los derechos comerciales siguen siendo de el o los autor(es). Los autores citados o referidos en este texto conservan sus propios derechos.

Copyright © 2003 Luz-María Nieto-Caraveo. Mexico.

The material may be copied, reproduced, modified and distributed in whole or in part, in any medium physical or electronic, only subject to the terms and conditions set forth in the *Open Publication License*, v1.0 or later (<http://opencontent.org/openpub>). Distribution of substantively modified versions of this document is prohibited without the explicit permission of the copyright holder. Distribution of the work or derivative of the work in any standard (paper) book form is prohibited unless prior permission is obtained from the copyright holder. Commercial print sale rights are held by the author(s). The authors mentioned or referred in this text conserve their own rights.