

# Publicitat en gran

JOSÉ GARCÍA MONTALVO

Professor del departament d'economia i empresa. Universitat Pompeu Fabra

Quantes vegades va rebre per *e-mail* la setmana passada el famós anunci sobre l'allargament de penis? ¿I el de les pastilles miraculoses per aprimar-se? ¿I el de la vídua de Níger que no sap a qui confiar-li 100 milions de dòlars i el va triar a vostè? Tots aquests missatges, i molts més, formen part d'una controvertida activitat comercial a través d'Internet denominada *spam*, que consisteix en l'enviament massiu de correus electrònics (diversos milers d'adreces cada vegada) amb ofertes comercials de tipus publicitari o, senzillament, frau d'estil *tocomocho*. Aquesta activitat, que en principi és legal, ha aixecat en dates recents una gran quantitat de crítiques entre els usuaris d'Internet, fins al punt que el Congrés dels Estats Units es planteja regular-la. Aquesta iniciativa legislativa és continuació del nou registre de ciutadans nord-americans (al voltant de 50 milions) que han expressat el seu desig de no ser contactats telefònicament per les empreses de telemàrqueting. La nova legislació protegeix aquests ciutadans de les típiques trucades sobre apartaments en

multipropietat, ofertes de noves empreses telefòniques, etc.

Els *spammers*, com es denomina les persones que realitzen aquests enviaments massius d'*e-mails*, ja formen part de la cultura d'Internet. Per entrar a la llista dels *spammers* més buscats, denominada ROKSO (Register of Known Spam Operations), només fan falta coneixements d'informàtica, un ordinador connectat a Internet i uns clients disposats a pagar pel servei. Qualsevol *spammer* que es preï té entre 10 i 200 milions d'adreces de correu electrònic, que ha aconseguit normalment a través d'Internet amb programes especials de recerca del símbol @ que apareix a totes les adreces d'*e-mail*. Els *spammers* argumenten que la seva activitat no és il·legal: només és un nou mercat en el món de la nova econo-

mia. Els usuaris no semblen estar d'acord amb aquesta visió davant de l'allau creixent d'*e-mails* no sol·licitats.

Quina és la solució al problema de l'*spam* o correu porqueria? En aquests moments el sistema més utilitzat consisteix en un filtre que identifica el correu electrònic susceptible de formar part d'un enviament massiu de tipus *spam*. No obstant això, aquest sistema, molts cops basat en l'adreça del servidor d'on ve el correu, és inútil, ja que els *spammers* poden fàcilment redirigir els enviaments. Una altra possibilitat, molt més restrictiva, consisteix a exigir en cada missatge un certificat digital, igual com quan s'envia per Internet la declaració d'Hisenda. Naturalment, aquest sistema té un cost molt elevat per a relacions que poden consistir en un senzill missatge.

L'actual discussió al Congrés dels Estats Units se centra al voltant de dues propostes. L'anomenada opció Burr pretén il·legalitzar només l'*spam* fraudulent per pertorbar tan poc com sigui possible el comerç d'Internet. L'opció Wilson-Green és més restrictiva i té com a base la protecció de l'usuari. Consisteix a requerir la inclusió en cada missatge d'un enllaç (*link*) que permet al receptor expressar el seu desig de no rebre més publicitat de l'esmentat negoci. Si en rebés més publicitat l'usuari podria anar als tribunals i sol·licitar una compensació econòmica. Per petita que fos, el mal a l'*spammer* seria elevat, ja que el negoci ja no és el que acostua ser per l'augment de la competència al sector.

Fa sis anys un enviament de diversos milions de missatges podia costar al voltant del milió de dòlars. Avui dia es poden trobar ofertes de *spammers* que per 20 euros envien un milió de missatges. Un altre principi de la vella economia continua vigent en la nova economia: l'increment de la competència redueix els beneficis.