

Informática y Tecnología

El correo electrónico está de aniversario: cumple 40 años

Es una de las aplicaciones más utilizadas actualmente. Su impacto en la vida moderna es indudable y de signo positivo. Para muchos es una parte esencial e imprescindible de la actividad de todos los días

Jorge Franganillo

Profesor de Información y Documentación
Universidad de Barcelona
Especial para Diario UNO

El correo electrónico está de aniversario: cumple 40 años. En tan larga trayectoria se ha modificado poco, pero mucho nos ha modificado la vida en cuanto a la forma de comunicarnos, de enviar o recibir información, y hasta de organizarnos.

El impacto del correo electrónico en la vida moderna es indudable y de signo positivo, pero también es indudable que tiene signos negativos. Y en cuanto al futuro, éste ya se vislumbra.

Es una de las aplicaciones informáticas más utilizadas, tal vez la que más. En general, la tecnología pretende mejorarnos la vida, procura descargarnos de tareas pesadas, repetidas o aburridas para que podamos explotar mejor nuestro potencial creativo, y así somos más productivos.

En particular, el correo electrónico es para muchos el canal por donde discurre información importante, personal o profesional, y esto lo convierte en una parte esencial de la actividad diaria, imprescindible, y tanto es así que infinidad de personas dedican hoy mucho tiempo al correo electrónico, y no sólo para comunicarse.

En efecto, el correo electrónico es una herramienta que va más allá de la finalidad comunicativa para la que fue creado: desempeña un papel central en cómo las



Hábito. El correo electrónico nos ha modificado la vida en cuanto a la forma de comunicarnos.

personas organizan, recuerdan y dirigen sus actividades.

Internet nació en 1969. Entre sus objetivos iniciales no estaba el envío y la recepción de mensajes pese a que aquella red primitiva ya tenía capacidad para transmitir mensajes, sino que nació para dar acceso a computadoras remotas, y con finalidad científica o militar.

Pero en septiembre de 1971, el ingeniero Ray Tomlinson, con apenas 22 años, inventó lo que hoy conocemos como correo electrónico, y con ello le dio a internet un impulso decisivo.

También estableció el uso de

la arroba, que hoy es el ícono de la era digital. Y por cómo aquello cambió la forma de comunicarnos, recibió el Premio Príncipe de Asturias 2009 de Investigación Científica y Técnica. Para probar su sistema, Tomlinson se envió un mensaje a sí mismo.

Esta estrategia de ser a la vez remitente y destinatario la usan muchos usuarios que se escriben a sí mismos para que el mensaje, en la bandeja de entrada, funcione como recordatorio o como vínculo con otras informaciones útiles (una página web, un documento adjunto, entre otros).

La función conductora del co-

rrreo electrónico otorga al sistema una utilidad que está más allá de la mera transmisión de datos: mantener en la bandeja de entrada los mensajes relativos a una tarea pendiente es una forma de acordarse de tal tarea, y a la vez es una llamada a la acción.

La misma función conductora del correo electrónico hace que muchos usuarios lo usen también para guardar y gestionar información de contactos. Del remitente de los mensajes, los programas de correo pueden extraer los datos de contacto e incorporarlos a una libreta de direcciones.

Aún más: un sistema llama-

do ContactMap puede deducir la frecuencia y la longevidad de la comunicación con una persona determinada, y de aquí establecer la probabilidad de obtener respuesta de ella.

También se usa el correo electrónico como archivo personal, que así funciona como depósito de una información que cada usuario organiza y clasifica como quiere, en previsión de un uso futuro. Ese depósito personal de datos ofrece la ventaja de proporcionar una importante informa-

A muchos usuarios les abruma la gran cantidad de mensajes que reciben, pero la entrada incesante de información resulta difícil de organizar."

ción de contexto, aunque ésta se pierde cuando los documentos adjuntos se extraen de este contexto, y no siempre es fácil volver a la situación original.

Con todo, el correo electrónico presenta signos negativos. A muchos usuarios les abruma la gran cantidad de mensajes que reciben y quieren saber cómo procesarlos, pero la entrada incesante de información resulta difícil de organizar porque mezcla asuntos de importancia dispar: tareas,

Continúa en página 17 ▶

Clasidomingo

Totalmente Renovado!!!

El primer libro de Clasificados de la Región

Todos los avisos publicados en Clasidomingo 1, 2 y 3 se publican GRATIS en www.unosantafe.com.ar

clasidomingo la posibilidad de vender lo que quieras de la manera mas fácil y rápida.

Informática y tecnología

avisos, documentos, convocatorias, propaganda, etc.

Así es como ciertos usuarios tienen dificultades para leer, buscar y contestar mensajes a causa del montón de correo atrasado. Los sistemas permiten filtrar y clasificar el correo entrante de forma mecánica, pero no siempre lo hacen de manera satisfactoria, y es fácil perder de vista el correo nuevo cuya entrada está afectada por un filtro automático.

Además, la dificultad para encontrar mensajes y documentos, y los problemas en el uso del correo para gestionar asuntos, pueden llevar a descuidar otras tareas y obligaciones.

La llegada de mensajes suele interrumpir asuntos en marcha, y por tanto puede obstruir flujos de trabajo y de pensamiento. La entrada de correo nuevo o la necesidad de redactar un mensaje para avanzar en la resolución de una

tarea causa una fricción informativa que predispone a cometer errores a veces incómodos.

Esta suma de inconvenientes provoca una lógica frustración y tiene consecuencias negativas sobre la productividad que la tecnología prometía mejorar.

Poco ha evolucionado el correo electrónico desde sus comienzos. Sigue siendo un mecanismo simple y limitado a la función comunicativa original pero, como queda dicho, muchos usuarios lo usamos también para gestionar la información personal que transcurre por él, para relacionar mensajes y tareas, y para archivar información de diverso tipo. Ya no es entonces sólo para la comunicación, sino también como archivo personal y para gestionar tareas y contactos. Y es así como el correo electrónico adquiere más funciones y se convierte en un sistema de gestión de infor-

mación personal.

En relación con este nuevo concepto de más funciones, varios investigadores proponen reinventar la bandeja de entrada porque está visto que usamos el

W Los especialistas proponen una modificación profunda del correo electrónico para mejorar las actividades propias de la gestión personal de la información."

correo electrónico para centralizar buena parte de nuestra información personal.

Proponen mejorar los instrumentos de búsqueda e impulsar

sistemas de análisis automático de textos, es decir, mecanismos que escarben en el texto de los mensajes para sacar conclusiones. Ya están esbozados: hay sistemas capaces de anticipar la urgencia del correo entrante y ordenarlo en consecuencia, o de proponer acciones basadas en el contenido de los mensajes.

Los expertos que estudian la interacción humana con las computadoras consideran que hay un importante potencial en el correo electrónico como herramienta de gestión de la información personal, y están trabajando en este sentido. Entienden que el correo debe ser capaz de reducir la sobrecarga informativa, y que debe estimular a las personas para que se manejen más con tareas que con mensajes individuales. Al fin y al cabo, éste es un sistema tanto de comunicación como de mutua colaboración. Así, debería poder agrupar un conjunto

de mensajes relacionados aunque pertenezcan a conversaciones independientes.

Lo que los especialistas proponen es entonces una modificación profunda del correo electrónico para hacerlo capaz de sustentar cada vez mejor las actividades propias de la gestión personal de la información. Tal vez sea éste el mejor regalo de cumpleaños para el popular email.

Pretender adivinar el futuro es ingenuo, pero fascinante es el ejercicio de imaginar qué iniciativas llegarán a buen puerto.

Sean éstas cuales fueren, la sola investigación, que ha contado con la participación de numerosos usuarios, ya ha servido de mucho, puesto que investigar sobre las conductas humanas es siempre positivo: hace a las personas más conscientes de sus comportamientos y más decididas a mejorarlos.



Triunfa en el mundo de los negocios y el marketing online

El éxito de una empresa depende de muchos factores: se necesita un equipo humano de profesionales expertos, además, es esencial ofrecer al consumidor un producto de calidad a un precio competitivo, pero para poder lograr tal objetivo, también es esencial dar a conocer dicho producto.

Es decir, apostar por una campaña de promoción que conecte con el cliente gracias a la transmisión de determinados valores. A la hora de elaborar una campaña de marketing siempre se debe averiguar a qué tipo de público va destinada y a qué edades corresponde.

Hoy día, las empresas apuestan por las nuevas tecnologías y las redes sociales como un medio fundamental para elaborar una campaña de marketing. En este sentido, aunque pueda parecer que el correo electrónico es un medio de promoción anticuado lo cierto es que no es así a juzgar por

los resultados de una encuesta elaborada por Aberdeen Group.

La importancia del correo electrónico es tal que ocupa el segundo puesto en el medio de promoción más utilizado por una empresa puesto que además, ofrece resultados inmediatos y palpables en un corto período de tiempo. Sin duda, cualquier empresa debe mejorar la comunicación con el cliente y el correo electrónico es una forma muy positiva de poder establecer un diálogo directo.

El 83 por ciento de empresas piensa que el email marketing es una estrategia de promoción eficaz dentro del marketing global. Tanto es así, que muchas empresas tienen previsto aumentar su nivel de inversión en esta forma de promoción de un producto.

Una de las ventajas del uso del correo electrónico puede ser que la promoción a través de esta vía es más

barata que a través de otras redes sociales. Al menos ésta es la opinión del 37 por ciento de encuestados que dieron su opinión sobre este tema tan actual e interesante. Sin duda, toda empresa debe de perfeccionar su campaña de marketing para poder hacer frente a la competitividad que existe en el mercado.

A la hora de utilizar el email marketing conviene tener presente que se necesita realizar un seguimiento del proceso y elaborar una tabla de resultados para poder determinar el éxito de una campaña por parte de una empresa.

Mediante la observación del proceso y resultados de una campaña promocional es posible determinar posibles aciertos y algunos errores para mejorar en el ámbito del marketing en el futuro. Este 2011 las diferentes empresas ultiman todos los detalles para mejorar en el ámbito de la promoción de un producto.

Las redes sociales y el chat

El avance del chat y los mensajes de texto entre los usuarios de internet más jóvenes ha estado en ascenso desde hace años, pero ahora amenaza con eclipsar al correo electrónico, del mismo modo que este servicio ha superado a las llamadas telefónicas.

Compañías como Facebook están respondiendo con servicios de mensajería enfocados en la comunicación inmediata. El problema con el correo electrónico, dicen los jóvenes, es que involucra un proceso aburrido y prolongado de entrar en una cuenta, tipear una línea de tema y luego enviar el mensaje que podría no ser recibido o contestado en horas, sumado a los saludos formales o reglas de cortesía.

Lena Jenny, de 17 años, del último año de secundaria en Cupertino, California, dijo que enviar mensajes de texto –“texting” como se le dice en inglés– es tan rápido que “a veces tengo una respuesta antes de siquiera cerrar mi teléfono”. El correo

electrónico, agregó, le resulta demasiado aburrido.

En este contexto, Facebook está tratando de atraer a las Lena de este mundo. Está presentando un nuevo servicio de mensajería modernizado, que busca que se parezca menos al correo electrónico y más al “texting”.

La compañía decidió eliminar la línea de tema de los mensajes dado que sus investigaciones mostraron que lo más común es que se lo deje en blanco o que sea usado para un nada informativo “hola” o “yo”.

Facebook también eliminó el campo “cc” (con copia) y el “bcc” (y con copia a otros). Y apretar la tecla de retorno puede enviar inmediatamente el mensaje, como en los mensajes de celular, en vez de crear un nuevo párrafo.

Los cambios, dicen los ejecutivos de la compañía, dejan de lado formalidades que llevan tiempo y separan a los usuarios de lo que desean: conversación instantánea.