



Grupo quer certificar mensagens eletrônicas com selos

O grupo de proteção à privacidade [Truste](#) anunciou, nesta quinta-feira (31/01), o lançamento de um novo serviço que pretende ajudar o consumidor a confiar nas mensagens comerciais de correio eletrônico, diferenciando-as dos *spams*, mensagens não solicitadas que, cada vez mais, incitam os consumidores a reclamar por leis específicas que possam resolver a questão.

Esse grupo sem fins lucrativos fez uma parceria com a [ePrivacy Group](#), empresa de consultoria sobre privacidade e tecnologia, e conforme o novo plano que está sendo colocado em atividade, os e-mails enviados por empresas voluntárias do programa, denominadas de “remetentes certificados e confiáveis”, irão ostentar um selo que atesta que a mensagem enviada está dentro das regras de privacidade da Truste. Clicando no selo, o destinatário poderá confirmar a sua veracidade.

“Os consumidores consideram o spam como uma intrusão a sua privacidade,” disse Fran Maier, diretor executivo da Truste. “Agora terão uma sinalização que permite a fácil verificação da autenticidade das mensagens de e-mail e do seu conteúdo, obtendo assim um maior controle sobre sua caixa de entrada, podendo buscar uma terceira parte para a resolução de disputas”.

Maier também afirmou que “os consumidores estão preocupados com fraudes e estão preocupados com a pornografia. Mas também estão receosos em optar devido aos sinais... de que eles estão vivos.”

Até agora, empresas e entidades como a Microsoft MSN, DoubleClick, Tópica, ClickAction, International Association of Privacy Officers e a Association of Interactive Marketing concordaram em apoiar uma versão [beta](#), ou experimental, do programa.

Os participantes do novo programa da Truste poderão obter o selo caso concordem com quatro critérios:

- 1-) o remetente deverá aderir aos princípios de prática informacional justa e práticas ideais de envio de e-mails, que incluirá informações de como os consumidores poderão optar pela forma de recebimento das mensagens eletrônicas;
- 2-) o ‘assunto’ (ou *subject*) da mensagem eletrônica deverá ser preciso e exato;
- 3-) o texto do e-mail deverá proporcionar aos consumidores a possibilidade de rejeitar o recebimento de futuras comunicações;
- 4-) e o remetente deverá prestar contas ao programa de resolução de disputas da Truste, por intermédio do qual os consumidores poderão reclamar das práticas enganosas ou desleais de envio de mensagens pelas empresas.

John Mozema, co-fundador da [Coalisão](#) Contra Mensagens Comerciais Não-solicitadas afirmou que “a iniciativa foi uma boa idéia, mas enfatiza a necessidade de uma legislação governamental para controlar o *spam*“. E que “em geral, é louvável qualquer espécie de tecnologia que auxilie os profissionais de marketing na busca de uma conduta mais ética, e as empresas de hoje a obedecerem a práticas e padrões



mais dignos”.

A Truste revelou o novo programa de certificação, chamado de *Trusted Sender* (Remetente Confiável), no [2º Encontro Anual](#) sobre Privacidade e Segurança, realizado em Washington.

Mas a proposta de adicionar confiança ao ‘e-mail do bem’ não resolve o problema do *spam*, que vem incomodando desde o início da década de 90, quando os usuários pioneiros da Internet começaram a perceber a dificuldade de se filtrar mensagens eletrônicas contendo ofertas de diplomas de universidades, empréstimos a juros baixos e pornografia, entre outros. Hoje recebe-se de ofertas de listas com milhões de endereços até risíveis propostas de pseudo-empresários africanos.

A prática do *spam* também decepciona os Provedores de Acesso à Internet, que reclamam que as milhões de mensagens indesejadas obstruem seus servidores.

Mas a verdadeira mudança irá se verificar quando os consumidores começarem a lutar contra a quantidade, sempre em elevação, dos *spams* em suas caixas de entrada.

A empresa de consultoria Jupiter Media Metrix prevê que, em 2006, os consumidores deverão passar a receber cerca de 1,400 ‘lixos virtuais’ em suas caixas de correio eletrônico, segundo a ZDNet, e o fluxo de mensagens indesejadas deverá aumentar mais de 40% em 2005, segundo a Wired.

Date Created

01/02/2002