

Paranóia, delírios e webmasters

Alguns médicos e psiquiatras definem a paranóia como uma entidade clínica caracterizada, essencialmente, pelo desenvolvimento de um sistema delirante duradouro e inabalável onde, apesar desses delírios, há uma curiosa manutenção da clareza e da ordem do pensamento, da vontade e da ação, ou seja, ao contrário do que se pode imaginar é um delírio bem organizado. (ainda que apoiado numa idéia falsa não sujeita a discussão racional)

O mais conhecido desses delírios persistentes é tipo persecutório, o que, inclusive, transformou popularmente a palavra paranóia em sinônimo de mania de perseguição. O delírio persecutório costuma envolver a crença de estar sendo vítima de conspiração, traição, espionagem, perseguição, envenenamento ou intoxicação com drogas ou estar sendo alvo de comentários maliciosos, mas existem outros tipos de paranóias, as mais conhecidas são os ciúmes e a megalomania.

No marketing direto nos deparamos com uma coleção desses delírios, seja por parte dos consumidores, seja por parte dos marketeiros, alguns acham que toda propaganda é enganação, outros acreditam que seus bancos de dados estão permanentemente sob o risco de serem roubados pelos concorrentes, muitos exagerando suas preocupações com as questões de privacidade (que não deixam de ser importante, mas tudo tem limites).

A Internet tem contribuído fortemente para o estabelecimento de novas paranóias persecutórias. De um lado pela distribuição de lendas virtuais, quase todas ligadas a alguma teoria conspiratória, de outro pela percepção de que tudo que acontece na Internet é falso (fake) ou mal intencionado.

A suprema paranóia tem se manifestado definições do que é spam ou não. Os reis desse delírio nem são os famosos sistemas de anti-spam dos provedores, nem os fornecedores de black ou white lists, mas os administradores de redes de algumas empresas que estão chegando a ridículos de bloqueio de palavras nas redes empresariais.

Há alguns dias recebi uma notificação de mensagem proibida vinda de uma empresa de distribuição de papel (uma grande empresa, por sinal). Logo de cara achei estranho pois não me lembrava de ter mandado nenhuma mensagem para aquele endereço. Pior, a notificação informava: "a mensagem não pode ser entregue pois utilizou a palavra "Lula" na linha de assunto", nesse caso eu tinha certeza, não tinha mandado nenhuma mensagem sobre o ilustre presidente, nem nenhuma receita envolvendo o molusco cefalópode. Abri a mensagem que eu havia enviado e, pasmem, era uma mensagem sobre cÉLULAs-tronco que eu havia passado para um grupo de discussão sobre deficiência.

É óbvio que, durante as últimas eleições, alguém da empresa deve ter ficado possesso com as mensagens políticas e, num delírio qualquer mandou o webmaster bloquear a palavra, mas passou do ponto. Além disso fiquei pensando, imagina se o presidente assina um decreto, por exemplo, proibindo a importação de papel imune? A empresa que vende papel não vai saber da notícia. Se um cliente mandar para o vendedor o seu número de cELULAR, a empresa vai perder vendas.

A minha dúvida é: por quê as empresas não investem um pouco mais em educação dos seus funcionários sobre o melhor aproveitamento da rede, ao invés de apelar o

tempo todo para medidas de retaliação ? Ah...é verdade todos os seus funcionários são mal intencionados e só usam a Internet para fins maliciosos ou para defraudar seus empregadores. Ou será essa só mais uma paranóia ?

© 2007 Adiron Consultores – reprodução permitida somente com autorização