

En estos días salió [un artículo en The Economist](#) sobre los “disclaimers”, o descargos de responsabilidad, que aparecen frecuentemente en el pie de los email corporativos.

Ya saben. Son esos párrafos que a veces parecen biblias por lo largos que son. Por favor no lean el siguiente párrafo, pero lo incluyo solo para que sepan de lo que hablo:

“This email and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are addressed. If you have received this email in error, please notify the system manager. This message contains confidential information and is intended only for the individual named. If you are not the named addressee, you should not disseminate, distribute or copy this email. Please notify the sender immediately by email if you have received this email by mistake and delete this email from your system. If you are not the intended recipient, you are notified that disclosing, copying, distributing or taking any action in reliance on the contents of this information is strictly prohibited.”

¿Son efectivos estos avisos? Y más importante, ¿Son necesarios? Pues el autor del artículo de The Economist sostiene, en palabras muy directas, que no. Dice que sencillamente son molestosos y que no tienen efecto legal a la hora de la verdad. En esencia menciona:

- ⤴ Ningún tribunal de justicia ha descansado en uno de esos “disclaimers”. En otras palabras, que no han tenido peso legal.
- ⤴ Por lo general un “disclaimer” intenta imponer un contrato unilateral, sin haberlo negociado con la otra parte.
- ⤴ Un aviso que diga que la información enviada en el correo electrónico no se puede usar para algo ilegal, no impide que se use para algo ilegal.

Otros no están de acuerdo. El autor de [este artículo en Legal Lad](#), por ejemplo, argumenta que esos “disclaimers” sí tienen efectividad legal. Dice:

- ⤴ Imagínate que Compañía A demanda a Compañía B porque B divulgó un correo electrónico de A. La existencia del “disclaimer” puede ser un factor para demostrarle al tribunal que Compañía A tomó todas las precauciones posibles para protegerse.
- ⤴ Pero no quiere decir que eso te va a proteger del todo. El “disclaimer” normalmente aparece al final del email, así que el lector lo lee después de haber leído todo el mensaje. Eso le puede restar un poco de poder persuasivo en un tribunal de justicia.
- ⤴ Hay veces que simplemente la ley te pide que incluyas el “disclaimer”. Ese es el caso con, por ejemplo, negocios de servicios financieros.

¿Qué hacer?

La verdad es que hay personas y corporaciones que, con toda la buena intención del mundo, incluyen en sus email avisos larguísimos que nadie va a leer.

En ese sentido se asemejan a los llamados “contratos de adhesión”, en los cuales una persona casi no tiene poder para negociar, por ejemplo, con una mega-corporación. Sin embargo en esos contratos la persona puede decidir simplemente no firmar. Por lo general uno no tiene que firmar un contrato antes de que te llegue un email, consintiendo a que te llegue el email. Por lo tanto, los “disclaimers” en los email tratan de vincular al recipiente del email y obligarlo a hacer o dejar de hacer ciertas cosas, sin el recipiente haber estado de acuerdo.

Pero tampoco hacen daño. No veo nada mal con que se incluya un breve “disclaimer” que diga lo que tenga que decir de manera concisa. No es necesario repetir lo mismo una y otra vez. Los abogados pecamos de eso muchas veces, pero se pone ridículo a veces. (Hablando de ridículo, por favor vean esto: [Pointless E-mail Disclaimers](#); y esto: [Longest Email Disclaimer](#); y esto: [The Email Disclaimer Awards](#); y esto: [List of Stupid Email Disclaimers](#))

Aquí tienen varios recursos, en inglés, que proveen ejemplos que pueden usar, dentro de la razonabilidad:

[Sample disclaimers](#)

[Sample Email Disclaimers](#)

[Sample internet policies and notices](#)

Y obviamente, aquí está el mío: [Disclaimer](#).