

Xavier Laborda Gil

Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de la comunicación digital
Anales de Documentación, núm. 8, 2005, pp. 101-116,
Universidad de Murcia
España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500807>

**ANALES DE
DOCUMENTACIÓN**

Anales de Documentación,
ISSN (Versión impresa): 1575-2437
revandoc@um.es
Universidad de Murcia
España

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

TECNOLOGÍAS, REDES Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL. EFECTOS EN LAS FORMAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL¹

*Xavier Laborda Gil**

Universidad de Barcelona.

Resumen: Se ha abierto una brecha en las relaciones interpersonales con las nuevas modalidades de comunicación digital en la red. Se trata de una brecha que tiene efectos positivos y también negativos en esas nuevas modalidades, que son las páginas web, los juegos en red, los foros de discusión y el correo electrónico. De todas ellas, el correo merece aquí nuestra atención por dos razones. Una razón es la cantidad, porque el correo concentra el mayor volumen de interacciones en la red. La segunda es de calidad, pues aporta nuevas pautas expresivas, que valen para el correo y también para otras modalidades, como los foros de discusión y los canales de conversación.

La brecha se abre con el uso del correo electrónico afecta a la cantidad y calidad de las interacción. La cortesía y las buenas manera en la comunicación reducen el ruido, previenen el conflicto y estimulan la comprensión dialógica de los corresponsales. Tomando este horizonte discursivo, consideramos en este escrito aspectos éticos y legales de la comunicación. Y proponemos once aspectos de la actividad epistolar, entre ellas la expresiones de cortesía, la indicación del asunto o el despacho de respuestas. El comentario de estos aspectos nos orienta a la hora de considerar un caso real de despedida o baja de una usuaria de correo electrónico. Y recogemos a modo de conclusión varios principios de la cortesía comunicativa.

Palabras clave: Comunicación; correo electrónico; cortesía; registro; ética.

Title: THE EFFECT OF TECHNOLOGY, NETWORKING AND INTERPERSONAL COMMUNICATION ON DIGITAL COMMUNICATION PATTERNS.

Abstract: The new modalities on digital communication in the net is cause of a real breach or divide in the interpersonal relationship. The digital divide has, obviously, positive and negative effects in such new modalities, that is web pages, net games, any discussion forum as well as the electronic mail. Among all these applications, our attention is mainly focused on the electronic mail and there are two reasons for that. The first one is just the concept of quality, since it is the mail that gathers the larger volume of interactions in the net. The second reason concerns to quality, since it brings forward new expression lines, not only suitable for mail communication but also for other purposes, such as any discussion forum or chat channels.

Such digital divide is growing up with the use of the electronic mail, since it has an effect on the quantity and quality of any interaction. Politeness and good manners in communicative situations not only reduce noises, but also prevent from any jam by encouraging the dialogic comprehension among the correspondents. From this discursive horizon we can take into consideration different ethic and legal communica-

¹ Este trabajo es una contribución que forma parte del proyecto de investigación BFF2002-01323, que trata de "las representaciones, los comportamientos y los capitales lingüísticos". El proyecto ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, en el marc del Plan Nacional de Investigación Científica 2000-2003.

* xlaborda@ub.edu

tion aspects. Thus, we propose eleven aspects referred to epistolary activity, such as polite expressions, information about the subject or suitable ways of response sending out. Considering those aspects we will be able to decide the suitable course of conduct for a real case of farewell or withdrawal from an electronic mail list. As a conclusion we collect some principles on communicative politeness.

Keywords: Communication; e-mail; politeness; register; ethics.

1. BRECHA DIGITAL Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Lo nuevo no siempre es moderno, pero sí puede resultar interesante. Lo nuevo puede abrirse paso con brío y de forma irregular, de modo que llama la atención e interesa por lo que derriba en su avance y por lo que construye con su asentamiento. La brecha digital responde a estas características. Los medios telemáticos de la información y de la comunicación han dado un vuelco a muchas pautas culturales de la comunicación. La pauta cultural de la comunicación es quizá la que más ha cambiado con los medios digitales.

La comunicación digital resulta muy interesante porque ha comportado cambios formales en los géneros comunicativos y materiales en las relaciones interpersonales. El hecho de que las interacciones digitales entre las personas se incrementen tanto está creando una percepción distinta del espacio y del tiempo. La sensación de la inmediatez de los acontecimientos y de la aceleración de los procesos es quizá el cambio cultural más significativo. Esta afirmación debe matizarse. Nos estamos refiriendo, sin duda, a una parcela de la experiencia y a una parte de la población, la que utiliza los recursos de la red.

Nuestro interés se centra en la cortesía y las buenas maneras en la comunicación digital. La cortesía es un comportamiento en el habla y en las maneras que procede originalmente de las pautas de la corte. El palacio es ese ámbito áulico y de poder en que se exhiben las exquisiteces de un registro privilegiado. La cortesía permite tratar con tiento la complejidad de las tareas y las relaciones palaciegas. Su origen documentado se remonta a la civilización egipcia. La cortesía en la comunicación telemática comprende el estilo, las fórmulas expresivas y de tratamiento, el registro y los usos. Los usos comunicativos afectan a la cantidad y la calidad de los mensajes, su proporción y la relevancia para el destinatario.

2. LAS BUENAS MANERAS EN LA RED

Se consigue más fácilmente una comunicación satisfactoria con el dominio de buenas maneras en el discurso. ¿En qué consisten? Si usamos palabras clave para perfilar su concepto, las buenas maneras están vinculadas a la cortesía, la discreción, la formalidad expresiva y la ética. Por cortesía entendemos aquellas pautas de comunicación que preservan la buena imagen de los participantes en la interacción dialógica y que favorecen su entendimiento.

Son principios del trato cortés el contacto personalizado y el trato no impositivo. Usado con esta intención, el término lingüístico de cortesía no coincide con el concepto de urbanidad, pues se refiere a cómo establecen los interlocutores un contacto apropiado para satisfacer sus necesidades comunicativas.

Si la cortesía se centra en la actividad comunicativa, la discreción es una cualidad que precede y arropa el acto comunicativo. El hablante discreto considera previamente los contenidos y las formas convenientes a la interacción. Y también discierne entre lo que

puede divulgar o comentar de su conversación a otras personas y lo que debe guardar para sí o reservadamente.

La expresión o formalidad expresiva se refiere a cómo se manifiesta el locutor. Para ello es conveniente atender a la situación, el objetivo y el tenor o tipo de relación entre los hablantes. Hay registros y géneros para satisfacer estos factores. El registro puede ser coloquial, estándar o formal, entre otros. Y los géneros son formatos asimilados socialmente que facilitan la comunicación, como la carta personal, la instancia, la factura, la conversación o la conferencia, por sólo citar algunos de ellos.

La ética es una vertiente comunicativa fundamental. Se aplica mediante conductas discursivas que, además de observar las obligaciones legales que correspondan, supone el respeto de las opiniones e intervenciones de los demás.

Veamos unos ejemplos de cada uno de estos elementos, los de la cortesía, la discreción, la formalidad expresiva y la ética. Presentamos esos elementos con un ejemplo negativo o que conviene evitar y otro positivo o que sí conviene seguir.

<i>Términos clave</i>	<i>Conceptos</i>	<i>Ejemplo de acción negativa</i>	<i>Ejemplo de acción positiva</i>
Cortesía	Contacto delicado	No ser imperativo	Mostrarse agradecido
Discreción	Tacto	Evitar ciertos asuntos	Guardar la confidencialidad
Formalidad expresiva	Registros, géneros	No usar groserías	Saludar al iniciar el contacto
Ética	Conducta respetuosa	No difundir rumores ni falsedades	Pedir permiso para utilizar un documento ajeno

Fig. 1. Términos descriptores y ejemplos de las buenas maneras.

Si todos los términos descriptores son importantes, la conducta ética en la comunicación digital adquiere una importancia especial, porque en la brecha que ha abierto se combinan prácticas documentales nuevas. Son las que permiten guardar, editar, divulgar o reenviar a otros materiales discursivos de las relaciones comunicativas mantenidas en la red. La preeminencia del aspecto ético se confirma por el hecho de que la comunicación digital confiere a nuestras intervenciones una dimensión social nueva, por el efecto multiplicador de su difusión que puede llegar a tener.

3. TÉCNICA, ÉTICA Y LEGALIDAD, UNA PERICIA CULTURAL

Las buenas maneras en la comunicación se derivan de un código de conducta que delimitan esos elementos ya enunciados, los de la cortesía, la discreción, la formalidad expresiva y la legalidad. Las buenas maneras no son en sí un objetivo sino un instrumento para conseguir una comunicación eficaz. Tal instrumento o código implica aspectos técnicos, éticos y legales. Lo técnico es lo más llamativo de todos estos aspectos y consiste en utilizar unos recursos tecnológicos. Quien adquiere pericia domina en su grado más alto este aspecto técnico. La gama de tareas es muy amplia, pero forma parte de este campo la gestión de un sitio web, la creación y edición de imágenes o la elaboración de presentaciones digitales.

Pero tanta o mayor importancia tienen los aspectos éticos, que guían en una comunicación respetuosa y cooperativa. Y los de tipo legal, pues establecen los derechos y deberes de los usuarios de los medios. Generalmente lo ético y lo legal se entrelazan de modo que esa articulación resulta beneficiosa. Veamos el caso del foro de discusión, en el que intervienen los contertulianos suscritos y el moderador o webmaster. Son dos tipos de agentes,

con sus respectivas responsabilidades, tal como se resumen en el siguiente cuadro. ¿Son responsabilidades éticas o legales?

Normas de un foro de discusión	
Contertulio	Moderador
<ul style="list-style-type: none"> • No intervenir anónimamente sino con nombre y apellido. • Escribir sobre asuntos de interés del foro. • Esmerarse en la presentación y la redacción, de modo que éstas sean correctas, claras y sintéticas. • No enviar un mismo mensaje a más de una lista de discusión. • Ser respetuoso con la opinión de los demás participantes. <p>No utilizar textos de los demás sin su autorización expresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suscribir en la lista solamente a las personas que lo solicitan. • No incluir publicidad si no se ha advertido de ello en la página de presentación. • Ofrecer un procedimiento fácil para darse de baja del foro. • No facilitar a nadie la lista de direcciones de los participantes, salvo que éstos den su consentimiento expreso. • Velar porque se apliquen estos principios de buenas maneras.

Fig. 2. Cuadro de comportamientos éticos de contertulios de un foro de discusión.

Los participantes de un foro son usuarios de una cuenta de correo electrónico. Y están supeditados a unas normas contractuales fijadas por los proveedores del servicio. Esas normas remiten a la legalidad y a la conciencia del usuario. Ello puede apreciarse en esta breve selección de cláusulas: normas del usuario del correo electrónico²:

- El usuario se compromete a no fingir otra personalidad o afiliación a una entidad, así como a no falsificar firmas.
- No se puede enviar informaciones lesivas para otros usuarios, como por ejemplo mensajes amenazadores, abusivos, difamatorios, obscenos, invasores de la intimidad de terceros, xenófobos, racistas, perjudiciales para alguien, especialmente para menores, o que sean de alguna forma inaceptables.
- Es una infracción enviar publicidad no solicitada, material publicitario encubierto y cartas en cadena, es decir spam o “correo basura”.
- El usuario se compromete a no transmitir virus ni programas que interrumpen, limitan o destruyen el funcionamiento de otros equipos informáticos.
- El usuario es responsable del contenido de sus comunicaciones y debe atenerse a la legislación sobre información y publicación.

En resumen, los aspectos técnicos de la comunicación digital implican pericia instrumental. Los éticos, principios de conducta responsable. Y los legales, observación de la normativa. Sin embargo, todos ellos –técnicos, éticos y legales– se amalgaman en un nivel superior, que es el de la pericia cultural³. La comunicación digital es una cuestión senci-

² La muestra procede de las normas de uso del correo electrónico para miembros de la Universidad de Barcelona.

³ Es muy ilustrativo consultar, en: <<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/metodo/index.html>>, el código de buenas maneras del foro virtual MÍSTICA: Metodología e Impacto Social de las Tecnologías de la

llamente cultural. El riesgo de que no se asuma así incrementaría la brecha social. La esperanza de que se extienda la alfabetización digital, por contra, disuelve la brecha y crea un cultura homogénea.

4. EL OBJETIVO, LA EFICACIA COMUNICATIVA

La finalidad de las habilidades comunicativas es la eficacia. No importa tanto la calidad expresiva, el tacto en el trato o la elegancia, por ejemplo, como los resultados de ese comportamiento. El objetivo es la eficacia comunicativa y la persuasión. Para ello se pretende conseguir estas tres fases en la interacción:

- Captar la atención del destinatario.
- Resultar agradable e interesante.
- Ser convincente e influir en las ideas o la voluntad del interlocutor.

La persuasión o capacidad de influencia se asienta sobre ciertos recursos expresivos: ser claro, conciso y pertinente. Exponemos su concepto y unos ejemplos a modo de ilustración.

- Claro: el mensaje está en unos términos y un orden que facilitan la interpretación.
 - Por ejemplo, en el correo electrónico el emisor indica el objeto de su mensaje en la cabecera, en el campo del asunto.
 - La identidad del emisor aparece de modo apropiado, con nombre y apellido personales o nombre de empresa.
- Conciso. la cantidad informativa es la apropiada.
 - Al dar la información apropiada se facilita la comprensión del mensaje, a diferencia de la comunicación prolija o parca en detalles.
 - Remitir la respuesta junto con el mensaje original, en ocasiones en que convenga relacionar con precisión los dos mensajes.
- Pertinente: el mensaje es apropiado a la situación y la relación de los interlocutores.
 - Utilizar el estilo y el formato expresivo apropiados a la intención.
 - Reaccionar o despachar la respuesta con presteza y diligencia.

El corresponsal que observa estos rasgos expresivos resulta creíble y puede ser también persuasivo⁴. Para conseguir este efecto consigue en primer lugar la atención del des-

Información y la Comunicación, en Acción. Es un foro temático constituido en 1998 que reúne a unos cuatrocientos contertulios interesados por los efectos sociales de la comunicación en la red. Destaca MÍSTICA por el gran consenso sobre las normas de participación y la insignificante incidencia de la polémica y el conflicto sobre las buenas maneras. Por contra, véase Laborda 2003b para un estudio sobre una comunidad virtual de ámbito local con discusiones frecuentes sobre las maneras y la cortesía debida.

⁴ En la sesión del curso se realizó una práctica de mensajería que consistió en escribir un texto corto en un retazo de tela. He aquí un resumen de los temas que aparecían en los mensajes: medio de la escritura, emisor, destinatarios presente y ausente, entorno deseado.

A. *Medio o soporte de la escritura*: “Q curioso. Ahora me apetece una uva.” [En el retal aparece el estampado de un racimo de uva.] “No sé qué mensaje escribir en un trozo de tela.”

B. *Yo o el emisor*: [Dibujo de un sol]. “Quiero unas vacaciones.” [Dibujo de un sol radiante]. “Me gustaría tener unas vacaciones ya”.

C. *Tú o destinatario presente en el curso*: “Un saludo para tod@s los asistentes de este curso. Que os aproveche tanto como a mi. Mª Jesús.” “Me ha encantado conoceros. Espero que me escribáis pronto. Esta es mi dirección: ...@hot.com.”

tinatario. Capta su simpatía o benevolencia. Y se muestra prudente en el esfuerzo y tiempo de dedicación que pide la interpretación del mensaje y el despacho de una respuesta.

¿Cuáles son los errores que se comenten en la comunicación? ¿Cómo pierde el interlocutor la ocasión de ser un efectivo comunicador? Un experto en comunicación corporativa, Adrian Wheeler, responde a estos interrogantes en una entrevista periodística⁵. A pesar de que se refiere a la comunicación pública, su comentario es una clave valiosa para entender la comunicación interpersonal:

Pregunta. ¿Cuáles son las claves de una buena comunicación?

Respuesta. Decir la verdad.

P. ¿Y además?

R. Ganarse la reputación de ser honesto, que es lo que falta en estos momento...

P. ¿Hay muchos errores en comunicación?

R. El más habitual es el retraso. No comunicar a tiempo.

El objetivo del comunicador es ser creíble o, lo que es lo mismo, ganarse la reputación de que se es honesto, claro, medido, prudente y oportuno. He aquí los elementos de una comunicación eficaz. Son especialmente relevantes en la interacción digital porque ésta abre paso a nuevas modalidades comunicativas. La novedad de tales modalidades comunicativas es que combinan la oralidad y la escritura en unos entornos tecnológicos.

5. SITUACIONES COMUNICATIVAS EN INTERNET

Internet ha modificado algunas situaciones comunicativas y ha creado otras. El uso y el estudio de estas situaciones resulta muy útil para comprender los mecanismos de la lengua y para mejorar las capacidades expresivas de los hablantes. Sus aspectos más destacables al respecto son el registro y estilo apropiados, la cortesía que hay que desplegar o la inteligibilidad de los mensajes.

Las situaciones comunicativas que aporta Internet son el correo electrónico, los grupos de conversación, los entornos de juego en línea y las páginas web (Crystal 2002). A estas cuatro modalidades posiblemente se añada pronto la de la comunicación simultánea de voz e imagen.

D. *Tú o destinatario ausente*: “Hola, ~~momá~~ Paca. ¿Qué tal ¿ Por aquí todo bien. El curso está muy bien. El viernes es el último día. ¿Te has acordado de darle de comer al gato? Un beso, hasta mañana. Paca.” “Hola: Saludos desde Lorca... una ciudad calurosa pero agradable... Con cariño...”

E. *Entorno deseado*: “Hola, hoy hace mucho calor. Apetece irse a la playa. ¿No crees?” “19:00.” [Dibujo de una tienda de campaña] (Comentario: el comunicante anhela de buena mañana el final de la jornada, a las 19 horas, y el descanso en el camping donde se hospeda).

⁵ Belén Cebrián, “Adrian Wheller: ‘Lo ocurrido en España abre nuevas formas de comunicación’ ”, *El País*, 04-04-04, p. 30. El entrevistado se refiere al gobierno español y su polémica campaña de información sobre los recientes, en su momento, atentados del 11 de marzo en Madrid. El juicio de Wheller es que en la comunicación del gobierno de José María Aznar hubo errores graves.

Situaciones comunicativas en Internet		
<i>Situaciones</i>	características	ejemplos
1 Correo o e-mail	ciberhabla, mensajes multimedia	correo interpersonal, grupo de noticias
2 Páginas web	hipervínculos, buscador, identificación sintáctica información	diario personal o <i>weblog</i>
3 Juegos en red	simulación de mundos y de situaciones	juegos complementarios de páginas web
4 Discusión de grupo	ciberhabla o terminología telemática, emoticons	foro o lista de distribución, <i>chat</i> o canal de conversación

Fig. 3. Las cuatro situaciones comunicativas en Internet.

Las páginas web ofrecen un tipo de consulta denominado hipertextual. En un texto puede aparecer enlaces directos a palabras o partes del mismo documento, por razón de su afinidad o interés, o bien enlaces con otros documentos y direcciones electrónicas.

Los foros de discusión o grupos se conocen también con el término inglés de *chat* o conversación. Conectan direcciones de correo de los usuarios y permiten la comunicación inmediata o la comunicación diferida. La comunicación inmediata o síncrona consiste en la participación de unos usuarios en un canal de *chat* telemático. Los comunicantes intervienen en tiempo real; leen los mensajes que envían los otros y responden e interactúan mediante el teclado. La comunicación diferida o asíncrona recibe el nombre de foro. En este último caso, las intervenciones se almacenan en un servidor, que transmite regularmente a las personas inscritas los mensajes recibidos.

Los juegos en red brindan un campo amplio para la actividad lúdica. Son programas y servicios que simulan mundos y situaciones. La diversidad es su característica más destacada, pues los hay de acción, de recreación histórica o de rol. También, de participación individual o colectiva y de juego cooperativo o competitivo.

El correo electrónico es la modalidad comunicativa más dinámica de la red. No en vano, el correo está en el origen de la comunicación telemática, en 1969, y en la actualidad es su gran motor. El correo electrónico es una de las aplicaciones de la tecnología informática que sirve para transferir mensajes entre usuarios.

6. CORREO ELECTRÓNICO Y BUENAS MANERAS

La relación entre los interlocutores determina las características expresivas de la comunicación. La relación interpersonal de amigos o de colegas se basa en la paridad, mientras que la relación social entre cliente y consultor implica diferencias de rol, de modo que a cada cual le corresponden unos derechos y obligaciones particulares. En la relación interpersonal cabe la comunicación de registro coloquial o de registro más formal denominado estándar. Por su parte en la relación social, el registro es plenamente formal, con pautas expresivas y una restricción temática.

REGISTROS DEL CORREO ELECTRÓNICO				
<i>registros</i>	<i>relación</i>	<i>expresión</i>	<i>tema</i>	<i>finalidad</i>
Coloquial	Personal: familiares, amigos	Espontaneidad expresiva y rasgos orales	Libertad temática	De contacto y expresión afectiva
Estándar	interpersonal: compañeros, colegas	Respeto de las convenciones escritas	Temas ajustados a un propósito específico	De contacto e instrumental
Formal	social: relación profesional o institucional	Expresión planificada: fórmulas, estilo y secciones del mensaje	Temas restringidos o protocolarios	Instrumental e institucional

Fig. 4. Características de los registros coloquial, estándar y formal en el e-mail.

En este sentido nos situamos en la posición intermedia de la comunicación, la del registro estándar. Su interés formal radica en que exige una notable pericia para reunir, por una parte, la formalidad de la que está liberada la comunicación de carácter personal y, por la otra, puede conseguir la calidez interlocutiva que no corresponde a la comunicación formal.

Con el horizonte de la comunicación estándar, consideramos los siguientes once aspectos de la corresponsalia electrónica: 1 Dirección electrónica. 2 Motivo del mensaje. 3 Formalidades de cortesía. 4 Corrección del texto. 5 Archivos adjuntos 6 Recepción. 7 Mensajes en cadena. 8 Respuesta. 9 Reenvío de mensajes. 10 Gestión de archivos. 11 Dedicación y grado de satisfacción. Son las secciones de un cuestionario sobre correo electrónico y buenas maneras que sometemos al lector para que componga unas anotaciones sobre su experiencia personal.

<i>nombre de la dirección electrónica</i>	Mi nombre y apellido.
1 En la dirección electrónica de mi correo figura o figuran:	Siglas y cifras.
	Un apodo.
<i>motivo del mensaje</i>	Vocablos específicos.
2 En el apartado del tema del mensaje escribo:	Vocablos genéricos (“hola”).
	Normalmente, nada.
<i>formalidades de cortesía y firma</i>	Siempre
3 Uso expresiones de saludo y de despedida, firmo e inserto mi tarjeta personal.	Según el tipo de mensaje.
	Nunca.
<i>corrección del texto</i>	A menudo.
4 Reviso el contenido y la corrección de los mensajes:	A veces.
	Nunca.
<i>archivos adjuntos</i>	Sólo si es recomendable.
5 Envío archivos adjuntos al mensaje:	Sí, pues me resulta cómodo.

<i>recepción</i>	Selecciono y borro los mensajes impertinentes.
6 Lo primero que hago al abrir el buzón de mensajes recibidos:	Busco y abro los mensajes que estaba esperando.
	Depende de las circunstancias.
<i>mensaje en cadena</i>	Lo borro y rompo la cadena.
7 Al recibir un mensaje de cadena:	Lo reenvío si es interesante.
	Lo suelo reenviar.
<i>respuesta</i>	Casi siempre.
8 Contesto los mensajes personales o profesionales:	A menudo.
	A veces.
<i>reenvío de mensajes</i>	Nunca.
9 Reenvío mensajes personales o profesionales que he recibido:	A veces.
	A menudo.
<i>gestión de archivos</i>	A menudo.
10 Reviso y ordeno los contenidos de las carpetas de correo	A veces.
	No.
<i>dedicación</i>	Satisfactorio.
11 Considero que el tiempo que dedico al correo es:	Escaso.
	Excesivo.

Fig. 5. Cuestionario sobre buenas maneras en el correo electrónico.

Cada sección consta de un titular que identifica el ámbito, una pregunta y la opción de escoger entre tres respuestas. Las respuestas que figuran en la primera o segunda opción pueden ser la propias de un registro estándar. Y las respuestas que escogen la tercera opción son claramente propias de una gestión informal, más acorde con una relación personal y el registro coloquial⁶.

7. ¿QUÉ PODRÍA PASAR SI...?

La intención del cuestionario es desplegar esos aspectos que resultan relevantes para la eficacia comunicación interpersonal (Laborda 2003a). En situaciones como ésta suele recurrirse a decálogos de mandatos o de recomendaciones. Sin embargo, preferimos des-

⁶ Los participantes del curso respondieron el cuestionario y en conjunto seleccionaron las opciones del registro estándar. La opción más valorada fue la primera de cada pregunta, en un 50%. A continuación, la segunda opción, con un 40% de las respuestas. Y sólo obtuvo una selección mayoritaria, en la primera pregunta, la opción de escoger un apodo como nombre de la dirección de correo. En este caso se aprecia un uso relacional del correo, por encima del profesional o de rol. Los participantes en el curso eran en su mayoría jóvenes estudiantes. La encuesta obtuvo las siguientes respuestas de la mayoría. En la dirección electrónica figura un apodo. En el tema del mensaje escribo vocablos específicos. Uso expresiones de saludo, etc., según el tipo de mensaje. Reviso la corrección de los mensajes a menudo. Envío archivos adjuntos sólo si es recomendable. Al abrir el buzón de mensajes recibidos busco los mensajes que estaba esperando. Reenvío un mensaje en cadena si es interesante. Casi siempre contesto los mensajes recibidos. A veces reenvío a otros los mensajes que je recibido. Reviso y ordeno las carpetas de correo a menudo. El tiempo que dedico al correo es satisfactorio.

estimar reste recurso porque una explicación o la reflexión del lector sobre una cita aportan resultados más provechosos y precisos.

Con ese espíritu acompañamos algunos textos para que se relacione discrecionalmente su contenido con el aspecto de la comunicación digital. Recogemos algunos de esos pasajes, a modo de ejemplificación. Con ellos se propone la reflexión sobre lo que podría pasar si uno descuida la información sobre el asunto (pregunta 2 del cuestionario) y las formalidades de cortesía (3), reenvía mensajes en cadena (7) o despacha las respuestas con poca diligencia (8). La razón de estos contenidos está en que, al plantearnos un caso, podemos discurrir sobre él según nuestras inquietudes particulares. Este recurso nos resulta más provechoso y entretenido de lo que sería consultar unos mandamientos de *netiqueta* o buenas maneras.

7.1 Motivo del mensaje

Los mensajes de *spam* o correo comercial no solicitado son una muestra de la importancia del tema. En esos mensajes figura un título de tema, que puede ser engañoso o bien estar relacionado con su contenido. Pero, en cualquier caso el tema intenta captar la atención del receptor, como se aprecia en la relación de temas de correo no solicitado:

- Visit our Internet pharmacy.
- Arpoved excel document.
- How does Sildenafil Citrate work?
- Mail System / Mail Delivery System / Failure notice / Forum notify / Server Error.
- Do you?
- Final Stock.
- La literatura es un fiel reflejo de lo que significa...
- Usted, su empresa o la de su mejor amigo. / Usted y su Familia Ganaron.

Estos títulos encabezaban mensajes *spam* de principios del año 2003. Como todo producto comercial y, en algunos casos, también correo malicioso o transmisor de virus, tiene un ciclo muy corto de eficacia poética. Al leerlos nuestro interés no se fija tanto en esos titulares de asunto o motivo del mensaje. Tiene mucho interés complimentar con atención e intención el campo del “asunto” en cada mensaje. El remitente suele agradecer esa información clara, concisa y pertinente.

7.2 Formalidades de cortesía

En el siguiente texto epistolar, el corresponsal muestra su aprecio y gratitud precisamente por la atención de su interlocutora a las formalidades de cortesía.

Fecha:..... De:..... A:..... Asun-
to:.....

Estimada Roberta:

Tus mensajes son siempre un instante de alegría en medio de tantos otros llenos de noticias sin apenas interés.

Creo que habría de guardar todos los tuyos para releerlos en momentos de pesimismo... pues eres de las pocas

personas que sabes transmitir la amistad en este medio tan frío del correo electrónico.

[Siguen varios párrafos referidos al asunto o motivo del mensaje].

Que disfrutes de una muy buena primavera. Un abrazo.

Como cabe interpretar del mensaje, las formalidades de cortesía no son precisamente fórmulas al uso sino un tenor particular que trasmite deferencia, afecto u otro sentimiento. Esto es, aquellas expresiones y comentarios que manifiestan la presencia personal del emisor y el contacto entre los corresponsales.

7.4 Mensajes en cadena

La escritora Elvira Lindo (2004) expone en una columna periodística un peligro de ciertos mensajes en cadena. Se trata de la credulidad ante el rumor y la colaboración involuntaria en el engaño de quien continúa la cadena.

Ciberchisme

El chismoso tradicional realiza una labor artesanal, larga su rumor a dos o tres chismosos de segunda, y sabe que en poco tiempo el bulo cuajará y nadie sabrá de dónde ha partido el embuste. Los buenos periódicos, que saben de las mezquindades humanas, exigen que una, dos y hasta tres veces se ratifique un hecho a fin de que el lector pueda fiarse de lo que se lee y de no buscarse líos innecesarios. Pero existe hoy un chismoso ascendente, el cibernético, que no tiene ni rostro ni nombre, que puede expandir sus rumores globalmente y que puede hacer infinitamente más daño que el correveidile galdosiano. Muchos nos dimos cuenta del poder sin fronteras del chismoso espacial cuando...

Éste es un fragmento del texto de Lindo. No importa aquí el motivo material del artículo, sino la repercusión social que tiene el fenómeno de los rumores y el efecto multiplicador de los medios electrónicos. Es oportuno añadir que el reenvío de mensajes cuya fuente original se desconoce no sólo es una imprudencia sino también una infracción de la ley al difundir *spam* o correo no solicitado.

7.5 La respuesta

El apartado del despacho de respuestas es fundamental. Si atendemos la recomendación que hacía el especialista en comunicación A. Wheller, el error más habitual es no comunicar a tiempo. En la siguiente carta de un lector se observa un error más grave, el de no contestar los mensajes. Su autor rebate la excusa del correo perdido. La carta comenta un artículo precedente del periodista Juan Cueto.

Los e-mails perdidos

El caso del e-mail perdido, de Juan Cueto (en EPS, 06-06-03), me ha hecho recapitular sobre incidencias vividas por mi en más de 18 años de correspondencia electrónica. Para mi, la correspondencia electrónica está alcanzando su mayoría de edad, aunque muchos de mis clientes y amigos electrónicos utilizan descaradamente exóticos pretextos para restarle credibilidad con la intención de excusarse. Hemos estudiado muchas incidencias e incluso algunos delitos por presuntas vio-

laciones de la correspondencia electrónica, pero no es bueno resignarse a la fatiga que percibo en Juan Cueto.

Miguel Ángel Gallardo Ortiz (El País Semanal, 20-07-03, p. 4).

El meollo de la carta está en los “exóticos pretextos” de aquellos corresponsales que excusan así una falta de diligencia. Pero la cuestión de los mensajes perdidos va más allá del debate sobre la fiabilidad de la red. Sea una disculpa justificada o bien una argucia, lo sustancial es que la discusión sobre los *e-mail* perdidos proclama las expectativas que se hacen los corresponsales respecto a sus mensajes. El despacho de una respuesta apropiada puede producir satisfacción, aunque tenga un contenido distinto de la pretensión del corresponsal. La siguiente carta de una lectora no habla de satisfacción sino de frustración.

Correo electrónico y profesores de Universidad

Al inicio del curso académico, y con gran satisfacción, observé que la guía del estudiante de la facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Barcelona contenía cuatro páginas y media con el nombre de todos nuestros profesores y su dirección de correo electrónico. Ésta tenía que ser utilizada por los alumnos para efectuar consultas, preguntas... en definitiva, tener una relación mucho más directa y fructífera con nuestro profesorado.

Después de todo un curso enviando e-mails a diferentes profesores sin tener contestación (lo que me ha supuesto “paseos” frecuentes para su nada fácil localización), algunos de ellos aún reflexionaban en voz alta sobre la importancia de usar las nuevas tecnologías en la docencia. A final del curso, una profesora de la facultad se sinceró y nos confesó que no los miraba porque no sabía cómo funcionaban; eso sí, su nombre también estaba entre esas “pintorescas” páginas.

Mónica Piera Torres (La Vanguardia, 11-07-2000, p. 31).

Hasta aquí hemos visto diversos textos periodísticos que ilustran algunas secciones de nuestro cuestionario y que invitan a la reflexión.

8. DEDICACIÓN Y SATISFACCIÓN PERSONALES

Veamos ahora un caso real. El estudio del caso puede ser provechoso para relacionar un hecho con facetas del propio lector. El siguiente caso nos permite considerar el hecho inusual de una corresponsal que comunica que se da de baja en el correo electrónico. La corresponsal Roberta Altés, envió por correo electrónico la siguiente circular a personas que figuraban en su agenda:

Asunto: Baja del correo electrónico
 Fecha: Mon, 05 May 2003 13:20:28 +0200
 De: Roberta Altés <.....>
 A:<.....>

Queridos amigos:

He decidido quitar de en medio, del escritorio, el insoportable correo electrónico... Para los que me puedan necesitar por razones de trabajo hay una solución muy fácil: enviad un fax al xxxxxxxxxx o llamad al teléfono xxxxxxxxxx.

A los demás, a los amigotes, os invito a que quedemos para comer, tomar un café, charlar... ¡Cualquier excusa es buena!

Un abrazo de verdad, aunque sea por correo.

Roberta

El conocimiento de este comunicado nos induce a pensar sobre qué razones pueden haber movido a esta persona a prescindir del correo electrónico. Hay que decir que no importa ya la anécdota ni el conocimiento específico de su decisión, sino que importa la reflexión sobre las prácticas, nuestras prácticas epistolares. Podríamos preguntarnos lo siguiente: ¿Con qué muestras de cortesía epistolar podríamos haber paliado o evitado la insatisfacción de la corresponsal que se despide? O ampliando el campo de la reflexión, ¿en qué aspectos de la comunicación epistolar podemos mejorar nuestra eficacia discursiva?

Para este fin puede ser útil revisar el cuestionario de la cortesía en la comunicación electrónica que hemos presentado más arriba. También podemos hallar inspiración en la confesión del escritor Juan Domingo Argüelles (2003), con la que denuncia la presión digital y la desaparición del espacio íntimo.

Personas que uno no conoce invaden la intimidad y piensan que uno está obligado a intercambiar con ellos una cálida comunicación epistolar.

Gente tímida que no se atrevería a incordiar a nadie de manera directa se vuelve locuaz, puede hacer confidencias insólitas, húmedas manifestaciones, sentimentales o groseras exigencias.

Además son impacientes. Nos mandan un correo electrónico y desean que se lo contestemos inmediatamente. Si lo hacemos, enviarán otro y luego otro más. Desean forzar una comunicación que, si se cumpliera, ya no dejaría tiempo sino para enviar correos electrónicos a decenas de personas sin rostro.

A la luz de esta reflexión, parece sencillo dar una respuesta a dos preguntas referidas al caso que estudiamos: ¿Es creíble el caso de Roberta Altés y su renuncia al correo electrónico? ¿Por qué?

El optimismo ante los medios digitales e, incluso, el entusiasmo por la innovación digital no puede ocultar ese lado sombrío del fenómeno. Es el lado de la brecha digital, una brecha que incide en diversas realidades. El acecho que sufre nuestro espacio privado puede ser una de esas realidades sombrías. Cabe añadir la banalidad de numerosos mensajes y el incremento de la presión comunicativa que se experimenta.

La baja del servicio de correo puede resultar chocante, pero es una llamada de atención sobre la soledad interactiva de ciertas prácticas de comunicación. Son prácticas que reparan el hastío bajo la apariencia de una conversación gozosa, dinámica e inagotable. La aparente soledad de quien se deshace del servicio de correo y se aparta de la red pone al

descubierto una soledad estridente y fastidiosa. Es la soledad de quienes se creen en un punto central del mundo porque simplemente están conectados a la red.

9. PRINCIPIOS DE LA CORTESÍA

Para concluir, recordemos una idea engañosa: solemos creer que lo nuevo equivale a moderno y a importante. No obstante, como sugeríamos al comienzo, lo nuevo no siempre es moderno, si entendemos lo moderno como un progreso inequívoco. Así mismo, lo nuevo no siempre es importante, si por importante concebimos lo que afecta realidades esenciales. La comunicación interpersonal es una realidad esencial. Y los medios telemáticos han abierto unas posibilidades muy interesantes.

Nuestra concepción es que la observación de ciertos principios puede ser útil para conseguir la eficacia comunicativa a la que aspiran los interlocutores. En ellos se resumen y abstraen los comentarios que hemos expuesto. Sus resultados dependen de cómo usemos los recursos digitales para la comunicación. Son los principios del tacto, la confidencialidad, la cantidad informativa, la relevancia, el primor formal y la prudencia comunicativa.

1 *Tacto*. El tacto es la habilidad para conducir el trato con el interlocutor. Las partes en que se requiere un tacto especial son el inicio de una comunicación y su conclusión o la formulación de una petición. Se consigue mostrar tacto y cortesía mediante un doble recurso formal, al atender las convenciones comunicativas del género que se utiliza y al satisfacer de las expectativas formales del corresponsal.

2 *Confidencialidad*. Los mensajes que se reciben pertenecen a su autor. Y, por lo tanto, a él corresponde autorizar la utilización de su contenido y su literalidad.

3 *Cantidad informativa*. La frecuencia y extensión de los mensajes que están proporcionados a la relación permite que la comunicación sea satisfactoria.

4 *Relevancia*. Cada registro tiene unas características que le son propias, tanto en el estilo, el tema como la intención comunicativa. El principio de la relevancia indica que es beneficioso tratar de lo que corresponde y del modo apropiado.

5 *Primor formal*. En un registro estándar es adecuado atender a las convenciones de la escritura y también de la tipografía, como por ejemplo en el uso de tipos de letras y de signos de puntuación. La revisión de los textos antes de expedirlos permite corregir la redacción y su presentación.

6 *Prudencia*. La espontaneidad en la elaboración de mensajes no exime de su naturaleza escrita. Ello significa que la escritura perdura. El mensaje que se envía en un momento o una situación determinada puede ser consultado por el destinatario en otras circunstancias; pero el mensaje se conserva en la literalidad de sus términos. En consecuencia, es preferible una redacción prudente a una comunicación espontánea o vehementemente en relaciones interpersonales y sociales.

Estos principios de las buenas maneras pueden ponerse en relación con tres grandes ámbitos, que son el ético, el discursivo y el jurídico.

- *Ética comunicativa*: los valores de la cortesía y del respeto.
- *Discurso*: la corrección y la pulcritud en la expresión, que responden a convenciones del género, el registro y la agradable presentación.
- *Juridicidad*: las obligaciones legales que regulan el uso de los recursos telemáticos y las actividades de información y publicidad.

En conclusión, la cortesía comporta un uso discreto y razonable de los medios de comunicación. Ello supone enviar y responder a los mensajes según su pertinencia. También supone evitar compulsiones personales. Y, fundamentalmente, la cortesía implica el dominio de las estrategias de aproximación, así como del tacto, el respeto y la manifestación apropiada de la emotividad. Estas buenas maneras del correspondiente repercuten en la calidad y la cantidad de sus mensajes. Y propicia que los interlocutores sostengan una interacción fluida y mutuamente satisfactoria.

BIBLIOGRAFÍA

- ARGÜELLES, Juan Domingo (2003): *Qué leen los que no leen*. Barcelona, Paidós.
- BALLESTA, Javier (dir.) (2003): *El consumo de medios en los jóvenes de secundaria*. Madrid, Editorial CCS.
- BAÑÓN, Antonio (2003): “Reseña de David Crystal, *El lenguaje e Internet*”, *Tonos Digital*, número 5, abril de 2003. <<http://www.tonosdigital.com>>.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter (2002): *De Gutenberg a Internet*. Madrid, Taurus.
- CASTELLS, Paulino; Bofarull, Ignasi de (2002): *Enganchados a las pantallas*. Barcelona, Planeta.
- CRYSTAL, David (2002): *El lenguaje e Internet*. Madrid, Cambridge University Press.
- EDO, Concha (2002): *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones.
- FLICHY, Patrice (2003): *Lo imaginario de Internet*. Madrid, Tecnos.
- GARRIDO MEDINA, Joaquín (1997): *Estilo y texto en la lengua*. Madrid, Gredos.
- GOODSON, Ivor; MICHEL, Knobel (2002): *Cyber spaces/social spaces. Culture clash in computerized classrooms*. New York, Palsgrave.
- LABORDA, Xavier (2003a): “Estilo y cortesía en el correo electrónico”, *Tonos Digital*, <<http://www.tonosdigital.com>>. Número 6, septiembre de 2003.
- LABORDA, Xavier (2003b): “Fòrums virtuals, ètica lingüística i aspectes legals”, *Llengua i Dret*, 40 (2003) 231-265.
- LINDO, Elvira (2004), “Ciberchisme”, *El País*, 31-03-04, contraportada.
- MAYANS, Joan (2002): *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona, Gedisa. (Un resumen, en: <<http://www.cibersociedad.net>>).
- MONZÓ, Quim (1999): “El virus justiciero”, *Magazine. La Vanguardia*, 18-06-99, p. 6.
- MONZÓ, Quim (2004): “Intimidad y exhibicionismo”, *Magazine. La Vanguardia*, 25-01-04, p. 8.
- NOBLIA, Valentina (2001): “Más allá de la *netiquette*. La negociación de la cortesía y del español de los *chats*”, *Oralia*, 4 (2001) 149-175.
- PONS, Clàudia (2002): “Els xats: la ludolengua de la llengua”, *Interlingüística 13*, Alacant. Asociación de Jóvenes Lingüistas, vol 3, p. 273-281.
- SUNSTEIN, Cass (2001): *República.com*. Barcelona, Paidós, 2003.
- VIDAL BENEYTO, José (dir.) (2002): *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Madrid, Taurus.
- WOLTON, Dominique (2000): *Soberanía internet*. Barcelona, Gedisa.
- WOLTON, Dominique (2000): *Internet, ¿y después?* Barcelona, Gedisa.
- YUS, Francisco (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona, Ariel.

ZAPATA, Miguel (2002): "Las buenas maneras en Internet". *Tonos Digital*, número 5, abril 2003 <<http://www.tonosdigital.com>>.