

Las normas de etiqueta en los medios electrónicos

Dyalá de la O Cordero
Escuela de Administración de Empresas
Instituto Tecnológico de Costa Rica
ddelao@itcr.ac.cr

La etiqueta

La etiqueta representa un conjunto de reglas sobre las buenas maneras, el saber ser y saber estar, el protocolo y los actos ceremoniales. Este conjunto de reglas de comportamiento, generalmente no escrito, tiene validez en todos los momentos de la vida diaria y no está circunscrito a ciertos eventos, lugares u ocasiones. Su origen no está del todo claro ya que es un código sobre las expectativas del comportamiento social de acuerdo con la dinámica convencional de la caterva social.

Durante el siglo XVIII estas normas no escritas sobre el comportamiento social esperado tomaron especial importancia y se pusieron de moda en los círculos sociales de la nobleza inglesa. La etiqueta, a pesar de no ser universal, se convirtió en una fuerza cultural de carácter general que se consolidó en el periodo victoriano del siglo XIX.

Las áreas que abarca la etiqueta son tan diversas como diversos son los países y las costumbres; sin embargo, se puede afirmar con certeza que existen seis grandes áreas, las cuales son: área social, área familiar, área laboral, área ceremonial, área internacional y área miscelánea.

Dentro del área social y del área laboral se encuentran las reglas de etiqueta sobre la correspondencia. Con la aparición de Internet hace ya varias décadas aparecieron también nuevas formas de comunicación, dentro de las cuales la más popular y de mayor auge ha sido el correo electrónico, que ha desplazado por mucho las formas tradicionales de comunicación impresa, tanto formal como informal. No obstante, estos nuevos

medios de comunicación no implican que haya cambiado la forma de escribir; cambió el medio pero el contenido sigue y seguirá siendo el mismo.



Por otro lado, es necesario recordar que de la mano de Internet y de los nuevos medios y dispositivos de comunicación llegó también una nueva forma de “lenguaje”. Hoy en día es muy común ver cómo una letra sustituye palabras completas o como la combinación de caracteres describen una emoción; es por ello, por este nuevo “lenguaje”, que se deben aprender nuevas reglas de comunicación, siempre enmarcadas en las reglas generales de la etiqueta.



La netiqueta

La netiqueta es la etiqueta aplicada en la red. Describe la forma de comportamiento en el ciberespacio, lo cual incluye el correo electrónico, las salas de chat, la mensajería instantánea, las publicaciones en las redes sociales, los foros, los mensajes de texto, etc.

Al igual que en la vida urbana, en la vida internauta se deben respetar ciertas normas de conducta, normas básicas de comportamiento. *Netiqueta* significa tener buenos modales y conocer las reglas básicas de convivencia en la red.

No se conoce a ciencia cierta cuándo se acuñó el término, pero todo indica que fue hace más de 15 años y su objetivo fue enseñar el uso adecuado, educado y responsable de las herramientas que la nueva tecnología (Internet) ponía a disposición del público. Son muchas las reglas de *netiqueta*; sin embargo, las dos reglas básicas elementales que todos los cibernautas deben conocer y respetar son: el respeto a los demás y las formas de escritura.

- **Respeto a los demás.** En el ciberespacio es muy fácil vivir en el anonimato; no obstante, esto no da derecho a utilizar palabras o frases ofensivas, agredir o amenazar al resto de la comunidad de forma directa o indirecta, o invadir la privacidad de los demás. En el espacio virtual es importante recordar siempre la célebre frase de Santo Tomás de Aquino: “Mi libertad termina donde empieza la de los demás”.

- **Forma de escritura**

Uso de mayúsculas. En la cultura internauta se asocia el uso de mayúsculas sin razón específica con gritos. No es lo mismo escribir suficiente que escribir SUFICIENTE, sigue siendo la misma palabra pero la connotación es muy diferente.

Uso de caracteres. En una comunicación formal no está bien visto el intercambio de letras mayúsculas y minúsculas, abreviaciones, sustituir una palabra por una letra, enviar emoticones, subrayar sin necesidad, utilizar negrita, intercambiar colores... el mensaje no será el mismo. “ K q No st4s ☺)???” Este mensaje será generalmente aceptado en una conversación entre amigos pero nunca será aceptado en una comunicación formal, el interlocutor no puede perder el tiempo tratando de descifrar lo que su contraparte quiso transmitir; además, no necesariamente interpretará el mensaje de la forma correcta.

Netiqueta en la empresa

El conocer las normas de comportamiento aceptadas por la sociedad cibernauta organizacional ayuda a generar ambientes más sanos de comunicación y hace más fácil la convivencia en la red. Por otro lado, convierte a las personas en mejores profesionales, habla muy bien de la formación recibida, de las relaciones laborales que se pueden tener, y todo esto influye directamente en los ambientes de trabajo.

En este sentido, es importante que las empresas elaboren su *capítulo de conducta* en el espacio virtual como parte de su manual de gestión y administración de la comunicación organizacional para que todos los colaboradores tengan claro qué es lo que está permitido y qué no. Es responsabilidad de la organización educar en esta materia. Comúnmente el tipo de manual de comunicación y el nombre de este dependerán de la naturaleza de la organización; no será igual el manual de una institución educativa al manual de una entidad comercializadora o al manual de una entidad bancaria.

Hace un par de décadas las organizaciones no pensaban en la elaboración de normas que regularan el comportamiento de sus colaboradores en el ciberespacio y tampoco se había escuchado sobre la netiqueta; sin embargo, con la globalización y la Internet al alcance de la mayoría se ha vuelto indispensable que muchas organizaciones se hayan propuesto la creación de mejores ambientes de trabajo mediante reglas simples del uso de los medios de comunicación electrónica, apoyados en las normas básicas de la etiqueta.



Comunicación empresarial por medios electrónicos

En la actualidad, la comunicación formal e informal de las organizaciones gira en torno a los medios electrónicos; es por ello que se deben definir estándares comunes de comunicación y hacer un uso responsable de los medios de comunicación empresariales (correo electrónico, fax, teléfono –fijo y móvil-, mensajería instantánea, video y teleconferencias, correos de voz y máquinas contestadoras).

Asumir la responsabilidad por el uso adecuado de los medios de comunicación es irrenunciable; el colaborador debe aceptar la custodia de sus claves de acceso, del equipo a su cargo y del cumplimiento de la normativa relacionada con la comunicación empresarial.

Uso aceptable de Internet

Utilizar Internet únicamente con fines empresariales. El colaborador de la empresa debe tener claro que el acceso a Internet es un privilegio temporal concedido por la empresa para uso exclusivo de sus labores. La empresa puede suspender, retirar o limitar dicho privilegio si considera que se cometen incumplimientos o abusos.

Uso de la Intranet

La Intranet dentro de la empresa es una herramienta importante para compartir información, comunicarse, colaborar y apoyar los procesos de negocios. No es un elemento de entretenimiento y tampoco es un espacio para socializar.

El correo electrónico

El correo electrónico es un servicio que permite compartir información, la cual debe limitarse a asuntos relacionados con el quehacer empresarial. Es obligatorio utilizar un lenguaje adecuado y escritura formal.

El personal de las empresas debe tener claro que el correo electrónico no es un mercado libre donde se pueden anunciar, vender o intercambiar artículos o eventos no relacionados con la empresa. Tampoco es un medio para expresar ideologías o proclamar afinidades políticas, deportivas, religiosas o de cualquier otra índole.

Como herramientas de índole administrativa, en las empresas los manuales sirven como medios de comunicación; de ellos existen diversos tipos y representan sistemas, técnicas o procesos. Como se mencionó anteriormente, hoy en día las empresas elaboran manuales de gestión y administración de la comunicación organizacional en los cuales es imprescindible incluir un capítulo sobre la conducta que deben observar los colaboradores de la organización en los medios electrónicos; es en este capítulo donde se deben definir reglas de netiqueta aplicables en la organización.

Para concluir, la elaboración de un manual de gestión y administración de la comunicación organizacional requieren tiempo y compromiso de parte de la empresa y de los colaboradores; su éxito depende de la claridad y el respeto a las reglas.

Las empresas pueden comenzar por lo más sencillo para luego ir avanzando hacia normas más elaboradas; dentro de las reglas más simples están las que se refieren a las normas de netiqueta para el uso del correo electrónico: utilizar un lenguaje adecuado, escribir de forma correcta, evitar el envío de correo basura (“spam”), y utilizar el correo únicamente para asuntos relacionados con la empresa.

Referencias bibliográficas:

1. Cortes Salinas, Carmen. (1996). *La Inglaterra Victoriana*. 2da. ed. Ediciones Akal S.A. España.
 2. Laudon & Laudon. (2008). *Sistemas de Información Gerencial*. 10ma. ed. Prentice Hall. México.
 3. O'Brien & Maracas. (2008) *Sistemas de Información Gerencial*. 7ma. ed. McGraw Hill, México.
 4. Banco Nacional de Costa Rica. Dirección General del Riesgo. *Manuales de Seguridad e Información*. Costa Rica. Febrero, 2011.
- Referencias de Internet: 1. www.protocolo.org