

Urbanidad y buenas maneras en la Red

¿Qué implica comportarse correctamente en Internet? Dice Millán que es fundamental conservar la "netiqueta" en las relaciones humanas a través de las relaciones virtuales y, al fin y al cabo, tratar al otro como deseamos ser tratados.

por José Antonio Millán

¿Urbanidad en Internet? ¿Buenas maneras en la Red? ¿No encierra este título una contradicción?

Hay que apresurarse a decir que no: cualquier interacción humana se rige por ciertas normas, y la comunicación electrónica no va a ser una excepción. Si he escogido la fórmula —ligeramente retro— de urbanidad y buenas maneras es para recalcar el parentesco íntimo entre ciertas convenciones sociales del pasado y otras que (algunos creemos) deberían estar vigentes en la actualidad. Por decirlo rápidamente: el contacto por medios electrónicos no suprime la necesidad de determinadas formas de comportamiento, que con frecuencia tienen sus raíces en el pasado.

¿Y eso por qué? Hay tres argumentos de peso. Por una parte, estamos ante una realidad nueva en muchos aspectos: determinadas formas de interacción que antes tenían lugar cara a cara (por ejemplo, pedir información, comprar o vender) ahora se realiza a través de páginas web. No es lo mismo un diálogo entre humanos que avanzar a base de clics: las operaciones remotas tienen que estar muy bien diseñadas, y eso no es frecuente.

Por otra parte, muchos de los usuarios de los medios de comunicación digital se han formado en una época con predominio de la oralidad (el contacto directo, la comunicación por teléfono). Son personas que habían abandonado la práctica de la correspondencia, o que nunca accedieron a ella, y que por tanto ignoran sus convenciones. La asombrosa reactivación de la comunicación escrita que ha venido de la mano de la Web y el correo electrónico hace necesario recordar algunos elementos clásicos de la comunicación escrita, y también



"El contacto por medios electrónicos no suprime la necesidad de determinadas formas de comportamiento"

pensar en los nuevos. Muchas de las convenciones comunicativas, y muy especialmente epistolares, que estaban en vigor en el pasado tienen una razón de ser, que es garantizar la calidad del proceso y la presencia de todos los elementos necesarios. Hemos de conservar lo mejor, aunque también cambiar lo que haga falta.

Y, por fin, muchas de nuestras producciones de comunicación digital son consumidas de forma no digital. ¿Cuántos empresarios, funcionarios, administradores siguen imprimiéndose los correos electrónicos para leerlos? ¿Cuántos dictan la respuesta para que otro nos conteste por correo en su nombre? Muchísimos más de lo que nos imaginamos. Nuestras producciones digitales deben ser capaces de sobrevivir trasplantadas al papel, o, sencillamente, cuando son recibidas por personas que están todavía en el código epistolar anterior. Por eso es importante llegar a soluciones de transición.

Pero además, en estos tiempos tenemos un nuevo objeto para nuestra urbanidad y cortesía: personas a las que nunca hemos visto, entrarán en contacto con nosotros a través de nuestra página web, de nuestro blog. Hay que tratarlas bien, también...

Todo medio nuevo ha tenido que generar sus propios códigos. Los manuales para usar convenientemente el teléfono —en empresas, pero también privadamente— aparecen en el segundo cuarto del siglo XX. La netiqueta (contracción de net,

'red' en inglés, y etiqueta en sentido de 'modales') es la palabra que hace ya veinte años se acuñó para el comportamiento que se debía seguir, en la Internet pre-WWW, en los lugares de comunicación (foros, listas de distribución, etc.).

De un puñado de personas que usaban los medios de comunicación electrónica a finales de los años 80 hemos pasado a cientos de millones en la actualidad. Hoy el comentario a una noticia de la prensa digital, la nota en un blog y por supuesto el correo electrónico están al alcance de cualquiera. En estas páginas vamos a explorar, a veces con detalle, cuestiones muy diversas, pero lo cierto es que en materia de relaciones humanas hay un principio de oro, que es el que hay que intentar aplicar siempre: *Trata a los demás como te gustaría que te trataran a ti.*

De la "Introducción" de *Manual de urbanidad y buenas maneras en la Red* (Melusina).

José Antonio Millán
(Madrid, 1954)

Es licenciado en Filología Hispánica. Fue director editorial de Taurus Ediciones. Dirigió la primera edición en CD-ROM del *Diccionario de la Real Academia* y creó el Centro Virtual del Instituto Cervantes en Internet. Forma parte del Consejo científico de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes y del Consejo de la Sociedad para la Historia del Libro y de la Lectura. Organiza un observatorio sobre diccionarios, lengua, lenguaje de los signos, entre otras inquietudes en <http://jamillan.com>

Entre sus obras están *La lectura y la sociedad del conocimiento* (2001), *Internet y el español* (2001), *Perdón imposible* (2005).