

CORREO DOCENTE Y PRESTIGIO DIGITAL

E-Mail in Education and Digital Prestige

Xavier Laborda Gil

Departamento de Lingüística de la Universidad de Barcelona

xlaborda@ub.edu

Resumen

El correo electrónico entre profesores y estudiantes tiene un papel fundamental en la comunicación académica. En el artículo se considera los aspectos formales y pragmáticos de la netiqueta. Se expone unos principios de gestión del correo. Y se propone unas estrategias de diligencia y pertinencia. El profesor establece un compromiso comunicativo y asigna límites a la dedicación postal. El propósito de las estrategias es afianzar los efectos positivos del correo en la enseñanza universitaria.

Palabras clave

Correo electrónico, netiquette, discurso, géneros discursivos.

Abstract

E-mail between teachers and students have a large role in academic communication. The article considers the formal and pragmatic aspects of netiquette. It sets out principles for handling mail. And the paper proposes a strategy of care and relevance. The teacher establishes a commitment on their communicative tasks and assigns limits to his dedication to email. The purpose of the strategies is to strengthen the positive effects of mail in university education.

Key words

E-mail, netiquette, discourse, discursive genres.

1. Para mantener la reputación

La actividad profesional del profesor comporta ocuparse de tareas de comunicación electrónica con los estudiantes.¹ Es común que la docencia combine la actividad presencial y la virtual. El Campus virtual es una plataforma consolidada en la educación secundaria y universitaria, que integra múltiples géneros electrónicos: página web, correo y fórum. En combinación con estos recursos, puede utilizar portales audiovisuales y de periodismo bloguero. En suma, no sólo los recursos son múltiples sino que también los flujos de comunicación se amplían a las relaciones de colegas, de centro e institucionales (Yus 2001).

Por otra parte, esta actividad comunicativa es variada, cambiante y expansiva. La variedad procede de los géneros electrónicos (Crystal 2002). La naturaleza cambiante queda atestiguada por la evolución de la informática y la red global. Y los procesos de teletrabajo y relación virtual son expansivos, pues se incrementan las tareas y los ritmos. A propósito de esta realidad comunicativa tan intensa, nos han interesado las buenas maneras en la comunicación electrónica. En concreto, la cortesía en el correo electrónico (Zapata 2002); los aspectos legales y éticos en los foros y las relaciones interpersonales en la comunicación electrónica (Laborda 2003, 2004, 2005).

Para ejemplificar este panorama tomamos dos relatos humorísticos del dibujante Jordi Labanda, que publicó en la prensa separados en el tiempo por casi una década. En el chiste gráfico más reciente, aparece una joven con cara compungida que dice así a un amigo que la esperaba. “Siento llegar tarde, ¿no sabes el tiempo que se necesita para mantener impoluta la reputación digital!” (*Magazine*, 11-12-2011). La protagonista ha tenido que anteponer las obligaciones digitales al cumplimiento puntual de su cita. Su rostro refleja preocupación y agobio por las cargas de la vida relacional en la red.

El otro chiste gráfico de Labanda pertenece a una etapa histórica. Y su signo es opuesto. Se observa en la ilustración una adolescente que comenta a su amiga con cara de fastidio: “Jo, tía, soy superimpopular. ¡Sólo he recibido veinte SMS en toda la tarde!” (*Magazine*, 09-02-2003). Aquí el autor señala con ironía lo relativa que es la cantidad de mensajes que se puede o se desea recibir. El afán de comunicación interpersonal puede variar mucho según la circunstancia personal y los tiempos. La elección de los dos relatos es subjetiva y su contenido puede ser considerado anecdótico. Sin embargo, las historias pueden simbolizar de modo contradictorio el agobio que experimentan comunidades de usuarios, al sufrir el proceso de expansión y dependencia digital (Goodson & Michel 2002). La presión de los medios es un aluvión de mensajes, imágenes, peticiones y obligaciones.

2. Géneros y etapas

La comunicación docente por medios electrónicos es diversa y puede alcanzar un flujo intenso. La diversidad se debe a la riqueza de modalidades de que se vale el profesorado y los alumnos en las tareas educativas y formativas (Briggs & Burke 2000). Las modalidades de comunicación electrónica son, como establece Crystal (2002), el correo, las páginas web, la discusión en grupo y los juegos en red. Todas pueden tener una función formativa, si bien las de uso general en entornos docentes son las tres primeras.

La novedad de estos recursos es un factor relevante. Las primeras páginas web de Internet datan de 1993, con un precedente en 1991 (el prototipo de Tim Berners). Si consideramos la historia de la telemática, podemos apreciar tres etapas: fundación (1969-1988), renovación (1989-1994) y generalización (a partir de 1995). Con la última etapa empieza el uso social y comporta unos cambios culturales significativos (Bryant 2001).

En 1969 se creó la primera red mundial que conectaba servidores -ordenadores prestadores de servicios- y ordenadores, que recibiría más adelante el nombre de Internet. En sus primeros años se denominó Arpanet, acrónimo de Advanced Research Project Agency. El trasfondo histórico era la guerra fría y el enfrentamiento de los bloques capitalista y comunista. En 1989 se disolvió Arpanet. Pero el inglés Tim Berners-Lee ideó y promovió la idea de una “telaraña global”, tal como hoy se entiende Internet. Y así se inició la etapa de desarrollo. Berners creó en 1991 la primera página web. El núcleo de este trabajo se generó en el CERN o laboratorio europeo de física nuclear radicado en Suiza. En 1993 había ya en la red varios centenares de páginas web. En 1994 se inauguró First Virtual, el primer ciberbanco. La tercera etapa supone la generalización de la telemática. El lenguaje Java, elaborado como un estándar de la navegación telemática, apareció en 1995. El impulso político se produjo al año siguiente, en 1996, con la declaración de interés público por el gobierno de Estados Unidos y un plan de conexión a la red de todas sus escuelas. En estos años el desarrollo de la red ha sido alto en cantidad y en facilidad de creación de sitios web. Y la mayor

parte de la información que circula por Internet está no ya en las páginas sino en el correo electrónico. En efecto, 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.

3. Aspectos formales del correo

Es oportuno distinguir los aspectos formales y pragmáticos que afectan a la comunicación electrónica. También denominamos este conjunto como estilo y cortesía (Garrido 1977; Laborda 2003). En lo referente a la forma, cada modalidad se caracteriza por unos rasgos de estilo, que se corresponden con los géneros discursivos de la conversación y de la entrevista. El canal de *chat* es idóneo para el registro informal de la conversación y una página principal del Campus virtual requiere el tenor formal de la entrevista o la alocución. Y en lo referente al siguiente aspecto, también cada una de ellas sigue unos principios pragmáticos, que contemplan requisitos legales y éticos. A este respecto, es patente el papel arbitral o de moderación en los foros virtuales. También están sujetos a un código ético el uso del correo y la creación de páginas webs y blogs; así consta en las instrucciones y normas contractuales al abrir una cuenta electrónica, si el usuario tiene la diligencia de interesarse por sus derechos y obligaciones (Laborda 2004).

Centrándonos en el correo electrónico, nos interesa destacar los siguientes aspectos formales: a) nombre de la cuenta, b) motivo del mensaje, c) corrección del texto, d) formalidades de cortesía y e) registro.

- a) *Nombre de la cuenta.*– El estilo formal o informal de un nombre de cuenta puede colisionar con el propósito o ámbito de la comunicación. En el ámbito docente es útil utilizar un nombre formal y que identifique al titular. Sin embargo, las cuentas de correo que crea el centro universitario para los estudiantes adolecen de una excesiva formalidad y opacidad identitaria. Una solución es que el alumno vincule la cuenta institucional a otra particular que responda a los requisitos idóneos.
- b) *Motivo del mensaje.*– La indicación del asunto del mensaje es fundamental para una recepción apropiada. La elección de unos términos específicos distingue el mensaje y anuncia su propósito. Si el contenido es extenso y diverso, el remitente puede considerar la opción de enviar varios mensajes, repartiendo en ellos los asuntos.
- c) *Corrección del texto.*– Un documento redactado con atención y luego revisado resulta eficaz. Los defectos que se pueden evitar así son los errores de mecanografiado, las faltas de ortografía o de estructura textual. La cualidad se consigue con la adecuación del registro a la situación comunicativa. La revisión de lo escrito asegura la precisión de la información, consigue pulcritud en el conjunto y da una sensación de atención y respeto al destinatario. Además, el redactor dispone en el programa informático de un corrector ortográfico.
- d) *Formalidades de cortesía.*– La salutación, el tuteo o tratamiento de usted y la despedida son elecciones formales que pueden plantear alguna duda. Es laborioso considerar en cada caso qué corresponde utilizar, pero la aplicación de un único patrón resulta perjudicial. Estas formalidades establecen el grado de cercanía y el ritmo elocutivo que se desea dar a la comunicación. Por ejemplo,

parece inapropiado un texto muy breve para realizar una petición extraordinaria; si se trata de un mensaje que dirige un alumno al profesor y utiliza el tuteo para el tratamiento (Pons 2002), puede resultar un mensaje desafortunado.

- e) Registro.— Los rasgos estilísticos se ajustan a un tipo de registro, de modo que el texto resulta apropiado a la intención comunicativa y a la relación entre los corresponsales. El arco expresivo es amplio, pues va de la informalidad de un mensaje breve del tipo SMS al formal de un comunicado corporativo.

Estos aspectos pueden resumirse en el principio del primor formal. En un registro estándar es adecuado atender a las convenciones de la escritura y también de la tipografía, como por ejemplo 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. Son aspectos que se complementan con otros de carácter pragmático e incluso se solapan, como es el caso de las formalidades de cortesía y el registro (Noblia 2001).

4. Aspectos pragmáticos del correo

La fortuna o acierto de la comunicación depende de aspectos pragmáticos. La atención a los factores extralingüísticos es primordial. Son factores extralingüísticos los interlocutores, su relación, la intención de la interacción, el contexto y la situación. Para atender a estos factores en la comunicación postal, podemos considerar estos principios. 1 tacto, 2 confidencialidad, 3 cantidad informativa, 4 prudencia y 5 relevancia.

1 *Tacto*. El tacto es la habilidad para conducir el trato con el interlocutor. Las partes discursivas en que se requiere un tacto especial son: a) el inicio de una comunicación, b) su conclusión y c) 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. Ello no ha de entenderse como un compromiso de secreto sino de discreción.

3 *Cantidad informativa*. La frecuencia y extensión de los mensajes que están proporcionados a la relación permite que la comunicación sea satisfactoria. En este sentido, el laconismo o la exposición prolija son dos formas arriesgadas para una composición textual.

4 *Prudencia comunicativa*. 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 vehemente en relaciones interpersonales y sociales. Lo que se escribe permanece y es preferible no poner a prueba la discreción del destinatario.

6 *Relevancia*. Cada registro tiene unas características que le son propias, tanto en el estilo y el tema como en la intención comunicativa. El principio de la

relevancia indica que es beneficioso tratar de lo que corresponde y del modo apropiado. Comunicarse implica tener el don de la oportunidad y de la adecuación de los temas. El juicio que podemos hacer sobre la cantidad y la pertinencia de los mensajes electrónicos varía con el tiempo; la aculturación de la red establece cambios de sensibilidad y percepción cultural. Por otra parte, la relevancia de la comunicación está sujeta a la relación que tienen los interlocutores.

La postura de los especialistas es que la observación de ciertos principios puede ser útil para conseguir la eficacia comunicativa a la que aspiran los interlocutores (Snyder 2004).

5. Gestión del prestigio digital

El chiste de Jordi Labanda que mencionábamos al principio señala la dificultad de mantener el prestigio. El personaje exclamaba: “Siento llegar tarde, ¿no sabes el tiempo que se necesita para mantener impoluta la reputación digital!” (*Magazine*, 11-12-2011). Los conceptos de reputación o prestigio digitales son afines al de *egoboo*². El término sajón *egoboo* es una expresión coloquial que designa la satisfacción moral de quien recibe reconocimiento público por su labor altruista. Buena parte de las actividades digitales que realizamos en la red tiene un carácter voluntario y desinteresado. Son, por ejemplo, los mensajes en blogs, los documentos publicados en portales sociales, los correos respondidos o los sitios webs gestionados personalmente. El tiempo y la energía que exige estas actividades comunicativas son considerables.

La perspectiva de estos últimos años indica que las opciones digitales y sus cargas van a más. Algunas de estas actividades ya no son opcionales, puesto que forman parte de la actividad laboral. El docente ha de compaginar las sesiones presenciales con recursos y tareas virtuales. El Campus Virtual es una plataforma excelente para satisfacer este horizonte profesional. Y el correo electrónico es una herramienta presente en multitud de actividades y que procede de fuentes diversas: corporativo, grupal e individual.

- a) Correo corporativo.- La principal fuente es la propia institución o centro, con núcleos de rango diverso, como la dirección, la secretaria o los departamentos. En una universidad hay dirección rectoral y de decanato, además de múltiples organismos. A estos envíos se añaden los de carácter comercial.
- b) Correo grupal.- Hay colectivos y entidades que producen flujos de correo considerables, como por ejemplo comités de actividades o entidades con cometidos específicos. Sus contenidos son convocatorias, resúmenes de actividades, campañas y circulares.
- c) Correo individual.- Los alumnos forman un colectivo de remitentes potenciales. Y los alumnos pueden utilizar el correo de un modo pautado y razonable, pero también a voluntad. Los colegas son otro grupo de corresponsales, de los que se supone un uso comedido del medio digital. Y luego están los emisores espontáneos, que estar motivados por razones diversas. Dejamos fuera de esta distinción los correos de carácter personal.

El examen de las fuentes de correo expone una considerable capacidad de producción de mensajes. Si la cuenta de correo profesional es estanca, de modo que recibe sólo y separadamente los mensajes, la tarea es sencilla. Pero suele suceder que las cuentas

están conectadas y que su caudal tributa en una de carácter principal o global, para comodidad del usuario. Para gestionar este curso comunicativo el docente puede realizar unas operaciones que facilitan una comunicación eficaz con sus interlocutores. Se refieren a la selección de mensajes y al despacho de respuestas.

6. Selección de mensajes

Al abrir el correo y entrar en el archivo del nuevo correo recibido, es recomendable revisar el listado de asuntos. Algunas cuentas comerciales ya realizan una selección automática de este tipo. Ello permite ver si hay correo urgente, para así establecer un orden de lectura, y también para desestimar los mensajes sin interés. Se puede atender a varios criterios de examen:

- a) *Identidad del remitente.*— Que aparezca un corresponsal desconocido o con una identificación incompleta es una razón para postergar la lectura del mensaje o para eliminarlo.
- b) *Tema.*— La congruencia del tema es un motivo de interés y un indicio de que tiene un contenido personal. Hay sin embargo mensajes que se envían sin indicar su asunto; con ello el remitente pierde la oportunidad de orientar sobre su propósito y crea incertidumbre sobre el interés y la fiabilidad del mensaje. Para asegurar la recepción, el emisor puede considerar si es conveniente remitir un mensaje para cada tema, cuando puede pasar desapercibido alguno de ellos en un mensaje ómnibus.

Algunos usos en la redacción del tema pueden ser mejorables. Es usual que algunos mensajes de la facultad o del centro lleven el título, por ejemplo, de “Información de conferencia”. La repetición del titular sugiere al lector la idea equivocada de falta de novedad y tonta su paciencia. El titular debería aportar algún dato sobre el conferenciante, el tema o el patrocinador, según algún criterio periodístico de relevancia. Otro tipo de mensaje, menos corriente, pero igualmente pobre desde el punto de vista informativo es el de “Duelo” o “Defunción”. En este caso, la opacidad no es óbice para su consulta, pero crea una incertidumbre momentánea que podría evitarse con un titular respetuoso y menos enigmático.

- c) *Siglas de reenvío en el tema.*— Los mensajes reenviados aparecen identificados en el campo del tema con las siglas Fwd y RV, entre otras especificaciones. Un mensaje de este tipo suele tener menos interés que los originales y por ello es susceptible de ser desestimado directamente. El reenvío está sujeto a la obligación de confidencialidad, pero puede parafrasearse, con un titular específico para la ocasión. Los reenvíos de mensajes en cadena son una acción inapropiada, que perjudica la reputación del remitente, pues generalmente se envía material de procedencia dudosa y de contenido irrelevante.

7. Despacho de respuestas

El retraso o el silencio son dos comportamientos que pueden afectar negativamente el prestigio digital del docente. Pero no todos los correos merecen una respuesta. La facilidad para enviar mensajes ha de estar en consonancia con el criterio de oportunidad

y proporcionalidad. En lo que se refiere al alumnado, pueden estar a la orden del día consultas sobre ejercicios, envíos de trabajos al margen del Campus, disculpas por ausencias y retrasos o peticiones de certificados o cartas de presentación. Cualquiera de estas comunicaciones, que llegan sin limitaciones de horarios laborales, requiere tiempo y concentración. Expongamos, pues, un principio general y una sugerencia técnica para hacer frente a estas circunstancias. Son la inmediatez o dilación en la respuesta y, en segundo lugar, la carpeta de consultas.

El principio se refiere a los grados de inmediatez en la respuesta. Leer y responder a los mensajes inmediatamente tiene mucho mérito y supone un esfuerzo evidente. Es innegable que algunos asuntos piden un tiempo de reflexión o de búsqueda de datos, y su respuesta necesita demorarse. Sin embargo, responder a los mensajes recibidos con celeridad es una muestra de cortesía y de diligencia. En muchos casos, basta un saludo y un agradecimiento. Con ello se informa de un modo cordial que se ha recibido y leído el mensaje. Si en el mensaje se incluye un informe o un trabajo, la tarea de la lectura no permite una respuesta rápida. Sin embargo, es conveniente enviar al instante una nota que exprese el interés por su contenido y la promesa de su lectura, o lo que corresponda a nuestro gusto y obligación. Puede suceder que en vez de responder sin dilación, el corresponsal desee leer el trabajo para así ser más preciso y cabal en su comentario; pero si se retrasa por un motivo u otro, cada semana que pasa convierte la respuesta en más difícil; mientras, la espera para el remitente es un motivo de decepción.

La sugerencia técnica intenta conciliar los intereses de los corresponsales. Se refiere al correo de los alumnos de enseñanza presencial. Para presentarla con perspectiva, ofrecemos como muestra el mensaje de un alumno, al que, para salvaguardar su identidad, designaremos como Luis.

¡Hola Xavier!

Soy Luis M. [nombre y apellido], alumno de 'Pragmática'. Hoy [día de inicio del curso] me ha sido imposible asistir a clase, y te escribo para preguntarte si habéis comentado hoy en clase cuál será el tipo de evaluación de la asignatura (he leído la evaluación del plan docente, pero me gustaría saber si hoy se ha confirmado que será tal como sale en el plan o si hay algún cambio), así como si hay alguna actividad concreta que se haya de hacer para el próximo día.

Espero tu respuesta, muchas gracias.
Un saludo.
Luis

El título del mensaje del alumno es "Duda sobre la asignatura Pragmática". Indica una petición de información, que en el cuerpo del mensaje se concreta sobre la evaluación y las actividades de curso, así como sobre el plan inmediato para la próxima sesión.³ La elección de este mensaje se debe a la oportunidad de que nos haya llegado literalmente en el preciso momento en que redactamos esta parte del artículo. No es un mensaje excepcional, pues es corriente que peticiones de este tipo se formulen a lo largo del curso. Si se nos permite la insistencia en la experiencia personal, añadiríamos que la recepción de un mensaje similar diez años atrás determinó que el profesor tomara varias decisiones. En aquel mensaje el alumno utilizaba también el tratamiento del tuteo y, muy brevemente, comunicaba que no había podido asistir a la sesión lectiva y preguntaba sobre qué se había expuesto en ella.

8. Conclusión: estrategias y principios comunicativos

Las decisiones que adoptó el profesor fueron dos. Por un lado pasó a utilizar el tratamiento de usted en las sesiones lectivas cuando se dirigía a los alumnos. Se trata de una elección de importancia relativa, puesto que lo que importa es el tenor relacional que se establece no sólo con las formas de cortesía (como es la deixis social del tratamiento del interlocutor: tú, usted, Señor), sino el ambiente que se crea. El tuteo puede confundir sobre la proximidad entre los agentes, profesor y alumno, y enmascarar las facultades de cada rol. Y la segunda decisión fue tratar el mensaje como un ejercicio de la materia, puesto que encajaba con la Pragmática como disciplina lingüística que trata de las relaciones de los interlocutores con sus discursos o actos comunicativos.⁴

A todo ello hemos añadido recientemente una medida de gestión del correo. Consiste en disponer de una carpeta temporal, la carpeta de consultas de alumnos. A ella se dirige manualmente sus mensajes. Y se despacha las respuestas en horario de tutoría o de atención en el despacho. Para este fin se selecciona y responde los mensajes que sean relevantes, es decir, aquellos en los que corresponda remitir una respuesta. Y de ello, el hecho de responder en horario de tutoría, queda constancia en el programa de la asignatura.⁵ Aquí hemos de aplicar el principio del buen corresponsal, que se compone de las siguientes máximas:

- a) *Regularidad y fiabilidad del corresponsal.*– Se atiende y se responde a todos los mensajes, salvo que no sean pertinentes. La pertinencia o relevancia es una cuestión delicada pero fundamental, sobre la que se puede tratar en las sesiones en grupo o plenarias, si procede.
- b) *Diligencia temporal y substancial.*– Se es diligente en el tiempo de respuesta y en el contenido informativo que se remite. La informatividad de la respuesta puede consistir en una exposición o bien en aportar referencias; pero también puede ser oportuno indicar que alguna petición está fuera de lugar,
- c) *Trato respetuoso.*– Se es respetuoso con el remitente en el trato y en los contenidos. La escritura permanece y la prudencia ha de guiar al redactor. Lo que se escribe perdura como un documento. En efecto, perdura en el tiempo y borra el rastro de las circunstancias en que se redactó.

La aplicación de estas máximas requiere formarse un criterio propio, que se revisa y modifica con la experiencia, los cambios tecnológicos y las tendencias de los corresponsales. Un uso discreto y cortés del correo por parte de los corresponsales permite una relación fluida y satisfactoria.

En el correo docente las medidas de selección de mensajes por su pertinencia y de dilación temporal comportan ciertos efectos positivos:

1. *Intencionalidad del emisor.*– La facilidad y rapidez del correo electrónico requiere que el emisor considere la oportunidad de su mensaje. La mediatez de la respuesta, que puede postergarse días o semanas, persuade al remitente de utilizar otros medios, como la consulta a iguales o el uso de las tutorías.
2. *Contenido de la petición.*– El emisor puede considerar qué comporta su petición para el destinatario. La facilidad con que se solicita información o una opinión puede suponer una tarea considerable para el remitente. Prever esta situación permite evitar una respuesta insuficiente o la desestimación del correo. Los

mensajes que tienen una intención ulterior, es decir, no manifiesta, como excusarse implícitamente o pedir una atención especial, pueden ser contraproducentes.

3. *Jerarquía de lo presencial y lo virtual.*— Cada tipo de estudio tiene una distribución de los actos comunicativos. En la enseñanza presencial el eje de las actividades se halla en las sesiones lectivas y de tutoría. La aplicación del Campus Virtual es útil para desarrollar tareas como el envío de documentos, el foro, el glosario, el cuestionario o el taller. Que incluya la utilidad del correo electrónico implica el discernimiento sobre su uso.
4. *Prestigio digital del profesor.*— El docente manifiesta un compromiso comunicativo en tiempo, forma y relevancia. El compromiso está equilibrado por una limitación de la dedicación postal.

Para recapitular sobre lo expuesto y así concluir, cabe manifestar que las buenas maneras o *netiquette* destacan por el primor formal y la relevancia de los contenidos. Las buenas maneras están ligadas a tres factores básicos de la comunicación pulcra y cortés. Son los principios de la elocuencia que enseña la Retórica, que son la prudencia, la veracidad y la benevolencia (Laborda 1996). Expresados en un solo término, confluyen en el concepto de la cortesía comunicativa. La cortesía comporta un uso discreto y razonable del correo docente. Ello supone enviar y responder a los mensajes según su pertinencia. También refiere 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.

A diferencia del personaje de Jordi Labanda, que llegaba preocupado y con retraso a un encuentro, el propósito es ser puntual en las tareas docentes y realizarlas aligerado de obligaciones impertinentes. La reputación digital del profesor y del alumno es fundamental y tiene sentido mantenerla dentro del marco de la netiqueta o buenas prácticas. Estas buenas prácticas del corresponsal repercuten en la calidad y la cantidad de sus mensajes. Y propicia que los interlocutores sostengan una interacción tan fluida como mutuamente satisfactoria, pues se basa en la pericia formal, la diligencia material, el compromiso ético y la cooperación comunicativa.

Fin de redacción del artículo: 10 de febrero de 2012

Laborda-Gil, X. Correo docente y prestigio digital. <i>RED-DUSC, Revista de Educación a Distancia. Sección de Docencia Universitaria en la Sociedad del Conocimiento. Número 6.</i> 15 de abril de 2012. Consultado el [dd/mm/aaaa] en http://www.um.es/ead/reddusc/6
--

Referencias bibliográficas

- Briggs, A.; Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus.
- Bryant, S. (2001). *The Story of the Internet*. Harlow (England); Pearson Education.
- Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press.
- Garrido Medina, J. (1997). *Estilo y texto en la lengua*. Madrid: Gredos.

- Goodson, I.; Michel, K (2002). *Cyber spaces/social spaces. Culture clash in computerized classrooms*. New York: Palsgrave.
- Laborda, X. (1996). *Discursos de presentación, dominio y afecto. Retórica interpersonal*. Barcelona: Octaedro.
- Laborda, X. (2003). Estilo y cortesía en el correo electrónico. *Tonos Digital*, 5.
- Laborda, X. (2004). Foros virtuales, ética lingüística y aspectos legales. *RED, Revista de Educación a Distancia*, 12.
- Laborda, X. (2005). Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de la comunicación digital. *Anales de Documentación*, 8 (101-116).
- Mayans, J. (2002). *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Noblia, V. (2001). Más allá de la *netiquette*. La negociación de la cortesía y del español de los *chats*. *Oralia*, 4 (149-175).
- Pons, C. (2002). Els xats: la ludollengua de la llengua. *Interlingüística* 13, 3 (273-281).
- Schiffrin, A. (2006). *El control de la paraula. Continuació de "L'edició sense editors"*-Lleida: Pagès editor.
- Snyder, I. (2004). *Alfabetismos digitales. Comunicación, innovación y educación en la era electrónica*. Archidona (Málaga): Ediciones Aljibe- Consorcio para la Enseñanza Abierta de Andalucía.
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.
- Zapata, M. (2002). Las buenas maneras en Internet. *Tonos Digital*, 5.

Notas

¹ Este estudio se ha desarrollado dentro del proyecto FFI2009-10424, "Globalización, intercomunicación y lenguas propias en las comunidades lingüísticas medianas", financiado por MEC (0FIL).

² "Egoboo is a colloquial expression for the pleasure received from public recognition of voluntary work" (Wikipedia , URL <<http://en.wikipedia.org/wiki/Egoboo>>.

³ El tenor y contenido del mensaje de Luis puede sugerir una interpretación errónea. En realidad no hay una relación personal entre alumno y profesor y ni siquiera éste le conoce. Y el programa de curso, que está actualizado y disponible en el Campus Virtual, describe con detalle los extremos sobre los que pregunta el alumno. Ese documento también incluye una observación sobre la respuesta a mensajes en horario de tutoría.

⁴ La Pragmática es una disciplina que estudia la producción e interpretación de los mensajes o enunciados en su contexto. Los factores extralingüísticos importan y son: los interlocutores, la intención comunicativa, el género discursivo y la situación o entorno en que se produce la interacción. Una aplicación de estos estudios son las buenas prácticas y, más concretamente, la netiqueta en la comunicación digital.

⁵ En un epígrafe de observaciones del programa docente, publicado en el Campus Virtual, se lee lo siguiente: "El alumno puede realizar consultas en horas de tutoría. Por otra parte, el profesor responderá los mensajes de correo electrónico, si son pertinentes, en el horario de tutoría."