

Enredándose

Netiqueta

Parte I. *E-mail*

Fernando J. Elizondo Garza

Catedrático e investigador de la FIME-UANL

fjelizon@hotmail.com



El Internet, y por lo tanto el correo electrónico y demás opciones de comunicación por la red, ha entrado en nuestras vidas como tantos de los adelantos tecnológicos: uno simplemente lo empieza a usar sin mayor conceptualización.

El progreso y los ahorros que han representado estos medios de comunicación hacen casi imposible para cualquier ingeniero el despreciar sus bondades y es tan natural e íntimo su uso (ya sea en casa o en la oficina) que no reparamos en las implicantes no técnicas del mismo.

¿Qué diferencia hay entre una carta y un *E-mail*? Podría pensarse, excluyendo el tiempo de transmisión del mensaje, que es igual teclear una carta laboral para ser enviada por correo tradicional o mensajería que para enviarla por *E-mail*. Pero el tener tan cerca el “mouse” y el botón de “send” hace que con mayor frecuencia de lo deseado no revisemos correctamente nuestro mensaje antes de enviarlo. Que por ser tecleado, en vez de manuscrito, caigamos en la tentación de no usar acentos, al fin y al cabo el Internet es algo informal, casi como un juego entre amigos, ¿Pero nuestro interlocutor es realmente nuestro amigo? ¿Conoce nuestros códigos personales o locales? ¿Habla nuestro mismo español?... Normalmente ni lo pensamos, sólo tecleamos y “send”.

Las cartas a la antigua, por correo, aunque con excepciones, se iban más revisadas, además de que pensando en la posibilidad de que más personas las leyeran se procuraba la discreción. ¿Nadie más que el destinatario leerá nuestros *e-mails*? Cuando

enviamos correos electrónicos o chateamos, generalmente pensamos que sí. En realidad igual que en todas las épocas, la curiosidad de algunas personas es mucha y puede ser muy tentador espiar los correos en las PC's o sus versiones impresas en papel.

En fin, el uso de Internet implica diferentes aspectos particulares sobre los que conviene reflexionar, incluyendo faltas de respeto a los receptores de nuestros mensajes o a nuestros interactuantes virtuales. Podemos ofender o molestar incluso sin darnos cuenta.

Como era de esperarse ya se han publicado un conjunto de reglas, equivalentes a un “manual de buenas costumbres”, para la interacción computacional, conocido con el nombre de Netiquette (la etiqueta de la Red) y que designa a un conjunto de reglas para el buen comportamiento en Internet.

Uno de los libros pioneros en el tema es Netiquette (1994), de Virginia Shea, disponible tanto en papel como para consulta online a través de la página



Virginia Shea y su libro Netiquette.

www.albion.com/netiquette/ La autora estructura un conjunto de 10 reglas centrales de las cuales se desprenden aspectos particulares.

Otras personas y organizaciones simplemente prefieren establecer reglas específicas para los distintos servicios de Internet (correo electrónico, listas de discusión, IRC, FTP, etc.).

En este artículo presentaremos, sin pretender ser extensivos, algunas reglas de netiqueta a ser consideradas al utilizar los servicios más populares de Internet estas normas de comportamientos se presentarán agrupadas por tipo de servicio, y por lo tanto, algunas reglas se repiten, por ser de carácter general.



CORREOS ELECTRÓNICOS. *E-mail*

Los correos electrónicos se han vuelto parte cotidiana de la actividad profesional, por lo que su adecuado uso es de gran importancia para todos los ingenieros. Entre las normas de Netiqueta a ser consideradas al enviar correos electrónicos se pueden mencionar:

Identificar claramente el remitente y el destinatario

En una casa u oficina, puede ocurrir que varias personas utilicen la misma computadora y la misma cuenta de *mail*. Por lo tanto siempre se debe escribir el nombre de la persona a la que va dirigido el *mail*.

Por otro lado es importante firmar los correos electrónicos. No es agradable recibir un *E-mail* que diga solamente “el envío fue despachado ayer”.

También es importante ser consciente de que personas que reciben muchos *E-mails* y *spam*, cuando reciben un mensaje que no tienen ni remitente

ni destinatario, lo mandan a la basura, ya sea por seguridad o por no tener claro a quién debe ser entregado.

Privacidad

El *mail* no es tan privado como parece. Debe tenerse cuidado con lo que escribimos, otras personas pueden leerlo.

Del otro lado hay seres humanos

Nunca olvidar que, aunque estemos mirando un monitor, lo que estamos escribiendo lo recibirá una persona. Si recibimos un *mail* que nos disgusta, lo mejor es esperar al día siguiente para contestarlo y no escribir algo de lo que después nos podamos arrepentir.

Cadenas

No reenvíe ninguna cadena de solidaridad. La mayoría son falsas. Si quiere colaborar con gente que lo necesita, póngase en contacto con instituciones serias que pueden canalizar su inquietud o aportaciones.

Seguramente encontrará algunas instituciones con las que podrá colaborar.

Alertas de virus

No reenviar ninguna alerta de virus. La mayoría son falsos. Hay boletines y páginas web sobre el tema, además que los antivirus se pueden actualizar directamente por la red.

Publicidad

No envíe nunca mensajes publicitarios no solicitados. Si quiere promocionar su negocio o su página *web*, consiga las direcciones de forma ética, por ejemplo, poniendo un formulario en su página o creando un boletín.



Es muchísimo más valioso tener una lista de 500 o 1,000 direcciones de personas que se suscribieron voluntariamente, que 1 millón de direcciones de personas a las que no les interesa nuestro negocio. Por eso, para preservar la privacidad de todos en la red, jamás compre o venda direcciones de *mail*.

No responder ningún mensaje no solicitado

No responda ningún mensaje no solicitado, ni siquiera con la palabra *Remove* o *Unsuscribe* ya que respondiendo se está confirmando que nuestra dirección es válida. Los que envían *spam* utilizan esta técnica para confirmar la validez de las direcciones, con lo cual, en vez de dejar de recibir mensajes, comenzará a recibir más.

Subject o Asunto

No envíe un mensaje sin Subject. Utilice juiciosamente la línea de asunto y haga la vida un poco más fácil al receptor. Describa breve y claramente el contenido del *E-mail*. Una línea corta y concreta permite ubicar rápidamente el mensaje correcto en una larga lista.

¿De qué está hablando?

No responda un *E-mail* diciendo solamente “OK” o “Yo no”. Explique en forma concisa de qué está hablando, evite confusiones.

También tenga cuidado con los emoticonos, pues no todos los pueden interpretar de la misma manera, defina el significado la primera vez que lo utilice.

No incluir todo el mensaje original en la respuesta

No incluya, en la respuesta a un mensaje, todo el *mail* original. Suprima todo lo que no sirva, pues ocupa espacio en la memoria y aumenta el tiempo de envío, dejando solamente lo necesario para darle contexto a tu respuesta.

Al reenviar mensajes

Si recibe un *E-mail* y quiere reenviarlo, asegúrese, por privacidad, de borrar todas las direcciones que aparecen en el mensaje.

Al enviar un mensaje a un grupo

Utilice el campo “CCO” o “BCC” para escribir las direcciones cuando quiera enviar un *E-mail* a

varias personas. De esta manera se evita que todos conozcan las direcciones del resto de la lista.

No utilizar MAYUSCULAS

No escriba todo el mensaje en mayúsculas. Es cansado para leer e implica estar gritando.

Idiomas

Si está escribiendo a una persona desconocida que vive en un país de lengua diferente al español, utilice en lo posible su idioma o el inglés.

Aspectos técnicos

Trate de no escribir líneas que contengan más de 80 caracteres, o algunas personas que usan otros programas podrán tener problemas para leerlas.

En lo posible evite utilizar caracteres ASCII mayores a 127. Es decir, no use acentos, ni eñes, ni símbolos raros que no estén directamente en el teclado, ya que en el camino que recorre el mensaje pueden ser mal “traducidos” por otra computadora y transformarse en otro tipo de símbolos.

Cuando tenga dudas o problemas con un determinado *Host*, consulte al *postmaster*. Cuando envíe mensajes al *postmaster*, sea amable, breve y tenga paciencia, suele estar muy ocupado y la respuesta puede tardar varios días.



Nota del editor:

La segunda parte de este artículo se publicará en nuestro siguiente número.