



L I N G U A X

Revista de Lenguas Aplicadas
S E P A R A T A

Jesús García Gabaldón

**La configuración tecnológica, lingüística
y comunicativa del correo electrónico**



UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO
Facultad de Lenguas Aplicadas
Villanueva de la Cañada, MMIII



Proyecto LINGCOM
Área de Comunicación y Lingüística Aplicada
UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO

© **del texto:** Jesús García Gabaldón
Enero de 2003
<https://www.uax.es/publicaciones/linguax/lincom003-02>

© **de la edición:** *Linguax. Revista de Lenguas Aplicadas*
Universidad Alfonso X el Sabio
28691 - Villanueva de la Cañada - Madrid
ISSN: 1695-632X

Editor: J. Ramón Trujillo - linguax@uax.es
Última actualización: 15 de febrero de 2004

No está permitida la reproducción total o parcial de este artículo ni su almacenamiento o transmisión, ya sea electrónico, químico, mecánico, por fotocopia u otros métodos, sin permiso previo por escrito de la revista.

LA CONFIGURACIÓN TECNOLÓGICA, LINGÜÍSTICA Y COMUNICATIVA DEL CORREO ELECTRÓNICO

Jesús García Gabaldón¹
Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN: Este artículo aborda el estudio de los correos electrónicos desde la integración de las perspectivas tecnológica, lingüística y comunicativa, para mostrar las principales características de este medio en el contexto de la comunicación actual. Finalmente se formula una serie de predicciones sobre su evolución futura.

PALABRAS CLAVE: Correo Electrónico – Internet – Escritura Electrónica – Lingüística de la Comunicación

ABSTRACT: This paper studies the email from the integration of the technological, linguistic and communicative perspectives in order to show the main characteristics of this medium in the context of present day communications. At the end it is formulated some predictions about the future e-mail evolution.

KEY-WORDS: E-Mail – Internet – Electronic Writing – Linguistics of Communication

Homer: ¿Qué es un correo electrónico?

Lenny: Es una cosa del ordenador, como, eh, una carta eléctrica.

Carl: O una conversación telefónica silenciosa

Los Simpson: episodio 12A6,

«La guerra de los ordenadores amenaza a los zapatos»

(Crystal, 2001: 47)

1. Planteamiento: ¿Qué es un correo electrónico?

En los últimos veinte años el desarrollo asombroso de las tecnologías informáticas ha hecho posible la aparición de nuevos medios electrónicos de comunicación lingüística, tales como el correo electrónico, Internet, los teléfonos móviles y el libro electrónico. Se habla ya de una revolución tecnológica que marcaría el comienzo de la era cibernética, también llamada digital y

¹ Profesor de Filología Eslava. Grupo de Investigación LINGCOM de la Universidad Alfonso X el Sabio.

electrónica. Dicha revolución ha supuesto una serie de mutaciones lingüísticas y comunicativas que afectan a numerosos ámbitos de nuestra vida cotidiana y profesional. En este artículo se describen y analizan los procesos tecnológicos, los rasgos lingüísticos y los usos comunicativos de los correos electrónicos con el propósito de trazar un marco teórico de base estable que pueda ser aplicado a diversos contextos sociolingüísticos y diferentes situaciones, especialmente en los ámbitos de la comunicación profesional y de la enseñanza de la lengua. Por último, se formulan posibles evoluciones del correo electrónico en el futuro.

«¿Qué es un correo electrónico?», se pregunta Homer Simpson en un capítulo de *Los Simpson*, la popular serie americana de dibujos animados. Lenny le contesta: «Una cosa del ordenador, como, eh, una carta eléctrica». Y Carl sentencia: «O una conversación telefónica silenciosa. En este artículo utilizaremos estas tres definiciones sucesivas del correo electrónico como medio de comunicación cibernética, tipo de escritura electrónica y modalidad de conversación telefónica, como directrices para reflexionar sobre la configuración tecnológica, lingüística y comunicativa de los correos electrónicos.

2. Una cosa del ordenador: la configuración tecnológica del correo electrónico

El correo electrónico (*electronic mail*, *e-mail*, también llamado coloquialmente en español *emilio*) es un medio de comunicación cibernética que se basa en la transmisión de información a través de redes telemáticas. En realidad, se trata de una aplicación mixta que utiliza, por una parte, las redes telefónicas (en su mayoría, éstas son de cobre, aunque se están construyendo nuevas redes de cable óptico; y, por otra, redes digitales (la principal en la actualidad es Internet). Desde el punto de vista comunicativo, el correo electrónico, en su configuración actual, es un modo de comunicación escrita y un subtipo de la escritura electrónica. Otros son: los *chats* y los mensajes cortos (SMS) de los teléfonos móviles. En tanto que escritura electrónica, el correo electrónico se inserta en una comunicación mediatizada, que puede realizarse a través de ordenador (fijo, portátil y de bolsillo o mano, Pocket PC o Palm PC) o de una conexión a Internet desde un teléfono móvil u otros aparatos, y que exige el uso de un programa informático (software). Los dos programas informáticos más utilizados en la actualidad son Outlook y Netscape. Ambos se basan en un sistema de ventanas que procede del desarrollo

de los procesadores de texto. Con otras palabras, para enviar mensajes electrónicos debemos escribirlos y para esa escritura se usa un programa informático que incorpora una versión reducida de un procesador de texto (Word, Write, Word-Perfect, Page-Maker y Quark-X-Press, entre otros). Para hacer efectiva la transmisión del mensaje, lo que sería propiamente la «carta» electrónica, es necesario realizar una conexión a Internet, para lo cual hace falta:

1) Que el ordenador tenga instalado un módem que se configura mediante un doble protocolo de transmisión de datos llamado TCP/IP (*Transmission Control Protocol*). El protocolo TCP se encarga de fragmentar la información, «empaquetar» (to pack), asignarle un número e indicar las normas para su posterior montaje, mientras que el protocolo IP transporta los «paquetes de información» hasta su destino gracias a las direcciones electrónicas o IP. Cada ordenador posee una dirección de recepción de datos que se denomina dirección IP, la cual es un número dividido en cuatro campos separados por puntos (por ejemplo: 291.187.343.80). Por eso, cuando se «desconfigura» la instalación del módem, hace falta volver a instalar, «reconfigurar» el protocolo TCP/IP. A cada IP (dirección «digital» o numérica), se asigna un nombre de dominio, que está formado por el nombre del ordenador y por el distintivo del país u organismo (por ejemplo: www.uax.es). A este conjunto de nombres se les denominan DNS (*Domain Name System*).

2) Registrar una cuenta de correo electrónico y de acceso a Internet en un «servidor». Dicho servidor es una empresa de servicios que, mediante un contrato (a veces gratuito, otras no), ofrece al emisor (o usuario) el acceso a la red de Internet a través de sus conexiones, otorgándole una dirección IP y una «dirección» electrónica personalizadas. La dirección electrónica se compone una combinación de letras y signos gráficos, más la arroba (@) y el DNS o dominio de la empresa, institución u organización. De esta manera una dirección de correo electrónico podría ser: nombre@servidor.com. Los servidores actúan como intermediarios y distribuidores creados por la comercialización de Internet a partir de 1989 y suelen estar vinculados a grandes compañías, a menudo multinacionales, de servicios telefónicos (ya sea telefonía convencional, digital, móvil, por cable, etc.), lo cual no debe extrañarnos, pues Internet constituye un tipo de comunicación mediatizada de segundo grado: usa las redes telefónicas como medio de acceso a una red telemática). Este doble aspecto está presente en todas las actividades lin-

güístico-comunicativas que se realizan a través de Internet. En este sentido, un mensaje enviado a través del correo electrónico supone una llamada telefónica, una «conversación» silenciosa, y una conexión telemática. Por lo cual, no debe extrañarnos la metáfora de la navegación (aérea, marítima) que se utiliza para representar las comunicaciones electrónicas en Internet. Además de estar provistos de una dirección o identidad «electrónica» (es decir, virtual), para enviar y recibir mensajes electrónicos necesitamos conectar telefónicamente con nuestro servidor (normalmente, estableciendo una llamada «local»), que nos pide una identificación y una contraseña. Una vez establecida la conexión nos envía los mensajes que hemos recibido en nuestra cuenta y distribuye al servidor o servidores de los destinatarios los correos que nosotros le hemos enviado. Además de Internet, muchas empresas, instituciones y organismos cuentan hoy en día con redes telemáticas de comunicación interna, llamadas Intranet, que permiten el envío y la recepción de correos electrónicos a los miembros de la corporación (empleados, directivos, etc.). El uso de estas redes internas tiene, a su vez, gran importancia para la construcción de comunidades virtuales y de identidades colectivas y corporativas. Asimismo, por su rapidez y bajo coste, constituye hoy en día uno de los medios de comunicación interna más utilizados en numerosas empresas e instituciones.

Este entorno cibernético complejo, compuesto de escritura electrónica, redes telefónicas e Internet/Intranet, constituye el marco tecnológico-comunicativo (o, si se prefiere, metacomunicativo) de los correos electrónicos. Veamos ahora, su configuración lingüística.

3. Una carta eléctrica: formas de escritura y de lectura en el correo electrónico

Un correo electrónico es un texto electrónico. Esta característica lingüística conlleva unas formas determinadas de escritura y lectura electrónicas: se escribe a través de un teclado y un ratón y se lee en una pantalla de cristal al mismo tiempo que se escribe. Estos tres elementos externos (teclado, ratón y pantalla) funcionan mediante un procesador de textos que, mediante un complejo proceso de codificación binaria basado en los bits 0 y 1 (el bit 0 corresponde a un voltaje positivo, entre más 3 y 8 voltios, y el bit 1 corresponde a un voltaje negativo, entre menos 1 y menos 1,5 voltios) que convierte la pulsación de una tecla en una combinación de 8 bits llamada byte, la cual, a través de un código llamado ASCII («American Standard Code of

Information Interchange») permite la representación gráfica o tipográfica de un signo. Así, por ejemplo, la distribución de bits 01001010 en un ordenador corresponde a la codificación de la letra J. Cuando pulsamos la tecla de la J en el teclado de un ordenador se genera un grupo de 8 voltajes correspondiente a esa distribución. Con ello el sistema reconoce la letra y la representa en la pantalla. De este modo ha sido posible representar electrónicamente los caracteres gráficos de las principales lenguas del mundo y también de una inmensa gama de sistemas tipográficos. Por otra parte, desde la perspectiva de la evolución tecnológica de la escritura, la representación de los signos gráficos en la pantalla de un ordenador no se obtiene mediante la pigmentación, sino mediante impulsos eléctricos, medios de codificación electrónicos y la retroiluminación fluorescente de un cristal. A su vez, otra codificación (programación, en el lenguaje cibernético) permite ver y leer en la pantalla los caracteres impresos. De esa manera, la operación de escritura electrónica se convierte en un acto simultáneo de escritura.

La operación visual de escritura electrónica reproduce, en lo esencial, la representación gráfica de la escritura manuscrita y de la escritura impresa mecánica (con una máquina de escribir). Frente a ellas, encontramos nuevos soportes y materiales escriturales. Si al escribir a mano y a máquina, el papel constituye el soporte habitual, en la escritura por ordenador, el papel convive como soporte con la pantalla de cristal, siendo ésta el soporte primordial y el papel, un soporte secundario o derivado. A diferencia de la página impresa en papel, el texto electrónico que aparece en la pantalla es un texto virtual, eso sí, susceptible de ser transformado en un texto impreso. La lectura que hacemos de ese texto virtual está mediatizada por una máquina cibernética –el ordenador–, por un proceso de codificación digital que transforma combinaciones binarias de números en signos que pueden representar letras, imágenes y sonidos. Esta operación puede ser denominada pseudo-lectura o meta-lectura, pues exige el conocimiento de la cultura escrita –hay que saber leer y escribir en una lengua dada– y unos conocimientos informáticos (qué es y cómo funciona el ordenador, la pantalla, el teclado, el ratón, la impresora, el programa de tratamiento de textos, el programa informático de correo electrónico, etc.). Ambos tipos de conocimientos presentan un léxico específico propio y un lenguaje icónico propios de lo que algunos autores han denominado la «alfabetización visual». De hecho, el proceso de lectura es primeramente una actividad visual. En la lectura electrónica, el texto electrónico aparece en un doble marco o «ventana» (en la metáfora informática): la ventana del «menú» o «submenú» del procesador de textos o del programa de correo electrónico (marco tipográfico) y la

pantalla del ordenador (marco cibernético). A diferencia de la página impresa, la pantalla del ordenador se organiza horizontalmente (es más ancha que larga). Este hecho da lugar a una lectura fragmentaria, puesto que la página electrónica –al menos en la actualidad– debe fragmentarse en varias pantallas. Se genera así un proceso de lectura electrónica fragmentaria y vertical, que exige el uso de dos tipos de indicadores: el cursor (indicador horizontal, de línea) y el cursor vertical (situado a la derecha del texto electrónico) al que se accede mediante el uso del ratón y permite un desplazamiento rápido por todo el texto.

Frente a la lectura de la página de papel impresa y del libro impreso, la lectura electrónica es inmaterial, virtual y fragmentaria, lo cual genera un efecto de descontextualización, de pérdida de la relación global, holística entre la parte (página) y el todo (texto). Si a ello se suman las características físicas y fisiológicas de la lectura en pantalla (la baja radiación y retroiluminación eléctrica producen mayor sequedad y cansancio ocular que la lectura en papel), no debe extrañarnos que en la actualidad muchos textos electrónicos –sobre todo si son largos– se impriman en papel para ser leídos y, sobre todo, revisados.

El correo electrónico, como todo texto electrónico es un hipertexto, es decir es un tipo de escritura no secuencial, puesto que se inserta en Internet y puede incorporar hipervínculos. En este sentido, al igual que la escritura electrónica, el correo electrónico se inscribe en un espacio tridimensional, interactivo y fragmentario; rompe con la linealidad, contextualidad y bidimensionalidad de la escritura impresa; y permite la interactividad. El hipertexto del correo electrónico puede convertirse en hipermedia mediante la función «adjuntar archivos», que permite anexar un archivo, sobre todo tras la elaboración de MIME (Multipurpose Internet Mail Extension), diseñado como sistema estándar para enviar archivos de audio, gráficos y vídeo, así como mensajes de texto.

El correo electrónico, que se caracteriza por su brevedad, es el tipo de texto electrónico más eficiente, puesto que permite una escritura y una lectura no fragmentarias en la que la pantalla del ordenador se transforma en página, es una pantágina. Ciertamente, esta «pantágina» del correo electrónico es una «mini-página», pues consta de un máximo de 16 líneas de cincuenta caracteres, frente a las 30 líneas de 70 caracteres que es el formato estándar de las páginas de los procesadores de texto. De ahí se deriva precisamente el hecho de que, sólo en contadas ocasiones, recurramos a la impresión del correo electrónico para leerlo (cuando se hace esto, suele ser para archivarlo).

Sucede también que los usos de los correos electrónicos son extraordinariamente dinámicos y que evolucionan en función de muchos factores. En primer lugar se halla la relación con otros medios de comunicación electrónica y digital, tales como el fax, los chats y los teléfonos móviles. Frente al correo postal el correo electrónico es una «carta eléctrica»; frente al carácter monológico del fax (que es una copia digital de un texto enviada a través de la red telefónica), el correo electrónico posee un carácter dialógico. Más complicada es la distinción entre un correo electrónico y un chat, puesto que ambos medios son polivalentes y pueden transformarse fácilmente. Crystal opina que pueden distinguirse por sus características lingüísticas y por las estrategias comunicativas: «Un correo electrónico consiste en un intercambio de mensajes normalmente entre un par de individuos determinados (o instituciones), casi siempre alrededor de una única transacción y en relación con una cuestión específica, planificada. Por el contrario, en los grupos de chat son varias las personas que participan en el intercambio de mensajes, que son casi siempre anónimos, durante un periodo de tiempo indefinido y alrededor de un conjunto amplio y no determinado de temas» (Crystal, 2000:153-54). Frente a la conversación cara a cara, el correo electrónico es un medio que facilita la comunicación y la expresión de sentimientos, pero que intimida menos (cf. Baron, 1998). En este sentido, el correo electrónico se aproxima a la conversación telefónica, sobre todo por su carácter dialógico y por su tendencia hacia el estilo oral; pero un correo electrónico es un texto escrito y una conversación telefónica, un discurso oral. En muchos casos, el correo electrónico sustituye a la conversación telefónica; en otros, ésta tiene lugar tras el envío o la recepción de un mensaje electrónico. En los últimos años, los teléfonos móviles han incorporado una variante de los correos electrónicos que son los llamados mensajes cortos o SMS. Éstos son una forma barata de enviar información escrita breve de móvil a móvil, muy usada en la actualidad entre los jóvenes, y que está condicionada por el teclado de los teléfonos móviles. Los mensajes cortos han desarrollado una nueva escritura fonética y pictográfica, en combinación con los iconos y emoticonos.

4. Una conversación telefónica silenciosa: configuración comunicativa del correo electrónico

Se ha considerado el correo electrónico como una variedad asincrónica de la comunicación cibernética (o cibercomunicación) que une a las personas con una rapidez cercana a la del teléfono y a un coste bajo (Gannon-Leary, 1998). Es cierto que, como indica Francisco Yus, «el correo electrónico posee atributos típicos de la comunicación escrita, como la ausencia de proximidad física y la distancia temporal que puede existir entre el mensaje y la respuesta» (Yus, 2001: 157), pero tanto el hecho de pertenecer a la comunicación epistolar como el de transmitirse por vía telefónica, han marcado una tendencia inicial hacia la oralización, y han configurado una variedad de discurso híbrida, que surge de la escritura y se orienta estilísticamente hacia la oralidad. En buena medida, esta configuración lingüístico-comunicativa procede de la presencia simultánea de dos tipos de comunicación primordiales: la comunicación (inter)personal propia de los géneros epistolares y de las conversaciones telefónicas, y la comunicación mediatizada y social, producida por medio de un ordenador y transmitida a través de Internet.

Paradójicamente, la escritura de un correo electrónico está considerada como un modo de hablar con otra persona para transmitirle de manera rápida y barata un mensaje breve. Por consiguiente, suele predominar un registro informal, tanto en los saludos y despedidas como en las expresiones coloquiales. Como señala Crystal, «debido a su espontaneidad, rapidez, privacidad y capacidad de entretenimiento, el correo electrónico ofrece la oportunidad de llevar a la escritura un mayor grado de informalidad. Hay una comprensible tendencia a pensar en el correo electrónico como un medio únicamente informal» (Crystal, 2000:150). Esta dialogización está presente también en el tipo de discurso y en la interacción comunicativa, puesto que un correo electrónico suele dar lugar a una serie de intercambios de mensajes. Otro elemento que favorece la oralización de los correos electrónicos es la incertidumbre a la hora de saber si el destinatario ha recibido y leído el mensaje. Dicha incertidumbre ha intentado ser corregida añadiendo una nueva función en los programas informáticos de correo electrónico: el envío de la confirmación de lectura, pero se trata de una opción para el destinatario, que se integra dentro de la «netiquette» o cortesía verbal en la red.

Por otra parte, aun cuando se puede guardar todos los mensajes electrónicos en la memoria del ordenador, la gran cantidad de éstos que enviamos y recibimos (sobre todo en el ámbito laboral) hace aconsejable que se elimi-

nen cada cierto tiempo, lo cual refuerza la concepción del correo electrónico como un medio informal, y crea la sensación de que se trata de un medio efímero, próximo a la oralidad. Además, la dinámica textual de los correos móviles favorece la sucesión de envíos y reenvíos de un mismo texto. Sin embargo, con cada nueva transacción se crea en realidad un nuevo documento, que tiene un estatus comunicativo específico, y que es susceptible de ser confundido con el documento anterior, como sucede con relativa frecuencia en el ámbito editorial. En estas confusiones y malentendidos se descubre la recontextualización como una de las características esenciales del correo electrónico: se trata de un tipo de texto que debe ser «recontextualizado» en cada nuevo documento, en cada nuevo acto de comunicación, en cada intercambio de mensajes.

Al escribir correos electrónicos como si se estuviera hablando, se suelen cometer errores gramaticales, estilísticos, ortográficos, de puntuación y de acentuación. Los principales programas informáticos de correo electrónico han ido incorporando herramientas cada vez más útiles y desarrolladas para la revisión ortográfica de los mensajes electrónicos. Es obvio que, para mejorar la eficacia comunicativa de los correos electrónicos, debe usarse la revisión ortográfica informatizada y después se debe proceder a una «relectura» o revisión final del texto. Pero, debido tanto al uso informal de este medio de comunicación, como a la urgencia en el envío de un mensaje, es frecuente no corregir, es decir, no «editar» el texto que se envía a través del correo electrónico. Como reconoce Harrison, «la propia dinámica del correo electrónico ha propiciado la patente relajación ortográfica y gramatical que podemos observar en los mensajes. En comparación con los procesadores de texto, que poseen avanzados sistemas de corrección ortográfica y de estilo, el correo electrónico es, todavía, un medio de comunicación bastante rudimentario» (Harrison, 1998: 9). Así se han desarrollado los usos «informales» de los correos electrónicos, mientras que para situaciones de mayor formalidad o para comunicaciones oficiales se sigue utilizando el correo postal, el fax y la conversación telefónica o la entrevista personal.

Existen diversas monografías y manuales de estilo dedicados a los correos electrónicos (cf. Flynn, 1998; Pedraz, 1999; Whelan, 1999). Como medio interactivo con una marcada connotación conversacional, el lenguaje de los correos electrónicos posee algunos atributos informales, tales como: la omisión frecuente de pronombres y verbos auxiliares, una ortografía que reproduce la pronunciación oral, saludos y despedidas coloquiales, elipsis, coloquialismos, dependencia del contexto inmediato, estructuras morfosintácticas sencillas, tendencia a las repeticiones, etc. Se han elaborado tam-

bién tipologías de los elementos que componen un correo electrónico, desde la etnografía de la comunicación (así se distingue entre género, participantes, forma del mensaje, contenido del mensaje, reglas de interacción, normas de interacción) y desde la pragmática (Llamada (ostensiva) de atención, remitente, destinatario, dirección electrónica, asunto, texto, firma). Flynn y Flynn proponen en su manual de estilo cinco reglas para utilizar el teléfono: 1) Escribe como si estuvieses leyendo; 2) Piensa en grande; 3) Vigila tu ortografía, gramática y puntuación; 4) No utilices el correo electrónico para desahogarte. 6) No envíes mensajes al mundo (Flynn y Flynn: 2001, 14). Dado el extraordinario dinamismo de los correos electrónicos, conviene señalar la provisionalidad de todas esas taxonomías y descripciones. No obstante eso, se pueden proponer algunos consejos básicos para escribir correos electrónicos eficaces:

- 1) *Establezca con la mayor precisión posible el asunto del correo. En caso de correos sucesivos, numérelos.*

Comentario: Así se evitan malentendidos y se facilita el almacenamiento por temas y carpetas.

- 2) *Personalice el texto con fórmulas de cortesía para el saludo y la despedida*

Comentario: Su mensaje parecerá una carta o un comunicado personalizado.

- 3) *Escriba textos breves que no superen las 16 líneas y los 50 caracteres por línea y que no consten de más de 3 párrafos. Separe cada párrafo con una línea en blanco.*

Comentario: Este formato facilita la lectura rápida del texto, sin necesidad de desplazar verticalmente el cursor. Las líneas cortas permiten conservar la configuración gráfico-espacial del texto. Los textos de 2-3 párrafos favorecen la inteligibilidad. La separación de los párrafos aumenta la legibilidad.

- 4) *Construya oraciones sencillas, yuxtapuestas o/y coordinadas. Evite, en la medida de lo posible, las oraciones subordinadas.*

Comentario: Si necesita desarrollar una idea o una argumentación compleja el correo electrónico no es el medio más adecuado. Escriba el texto y adjúntelo como archivo.

- 5) *Use la negrita para resaltar una idea importante o una palabra clave. No ponga todo el texto en mayúsculas y evite el uso de colores y fondos.*

Comentario: Son códigos tipográficos que favorecen la legibilidad, al aproximar el texto electrónico al texto impreso.

- 6) *Escriba su nombre al final del texto.*

Comentario: Este acto lingüístico tiene el valor de una firma y aproxima el correo electrónico al formato de una carta, identificando al emisor y su relación con el receptor.

- 7) *Revise el texto con el corrector ortográfico y después mediante una lectura detenida, centrada en evitar las faltas de ortografía, acentuación y puntuación y los errores tipográficos.*

Comentario: La corrección y pulcritud del texto proyectan una imagen personal y profesional positiva.

- 8) *Observe en todo momento las reglas de cortesía verbal.*

Comentario: Un correo electrónico es un documento y tiene valor legal. Es una forma de transmitir información y de relación social.

Y otros consejos para leer el correo electrónico:

- 1) *Dedique el comienzo y el final de la jornada para leer el correo electrónico.*
- 2) *Conteste, a ser posible, en el mismo día en que lee el correo.*

En todo caso, es importante distinguir entre dos contextos y usos comunicativos interrelacionados a la hora de usar el correo electrónico como medio de comunicación en la era cibernética: el contexto de comunicación (inter)personal, que predomina en la actualidad y el contexto de comunicación social, sobre todo en el trabajo (comunicación profesional, de organizaciones, empresas e instituciones). Tales contextos pueden presentarse por separado o integrarse. Así, por ejemplo, podemos disponer de una dirección de correo electrónico en el ordenador de nuestra casa y de otra dirección «profesional» en nuestro lugar de trabajo. Utilizaremos entonces el correo electrónico en dos contextos: doméstico (comunicación interpersonal) y profesional (comunicación social). Ahora bien, no debemos confundir los usos comunicativos del correo electrónico que podemos realizar en cada contexto. Mientras que podemos emplear el contexto doméstico como un contexto profesional (sobre todo en el desarrollo de determinadas profesiones liberales, y el denominado «teleempleo», por ejemplo, en el caso de los traductores), no es adecuado convertir el contexto profesional en un contexto doméstico. Lo mismo sucede con los usos comunicativos. En el ámbito laboral, el correo electrónico constituye: 1) una herramienta profesional que

facilita la comunicación interna en un grupo, empresa, institución u organización; 2) un medio que puede servir para reforzar las relaciones internas entre los miembros de una organización, contribuyendo a crear una identidad corporativa virtual.

Esta doble faz, personal y social, de los correos electrónicos es patente también en las configuraciones comunicativas de este medio. Como vimos al describir la configuración tecnológica, el proceso básico de transmisión de información mediante el correo electrónico no se limita a dos participantes: emisor y receptor, sino que incluye, al menos a otros dos más: los servidores (centros servidores de información) de ambos. A su vez esta comunicación telefónica se encuadra en una metacomunicación cibernética, al realizarse a través de la conexión de Internet. Con otras palabras, como medio de comunicación el correo electrónico integra tres configuraciones: la tecnológica, la lingüística y la comunicativa. Incluso en la configuración comunicativa básica (interpersonal), que consiste en el envío de un texto de A a B, la transmisión de información es multilateral. El gran éxito de este medio estriba precisamente en las múltiples posibilidades de comunicación que pueden establecerse a través de las listas de correos y de los envíos con copias: la comunicación es entonces interpersonal y social, y puede convertirse en una comunicación de masas. Esta multiplicidad y simultaneidad de tipos de comunicación (interpersonal, social y de masas) hacen del correo electrónico un medio de comunicación interna sumamente ágil, versátil y eficaz en el ámbito empresarial e institucional, sobre todo si se transmite a través de una Intranet. Entonces, el uso principal del correo electrónico (intercambiar mensajes rápidos y breves) se expande hacia múltiples usos derivados de las relaciones personales y profesionales que se establecen entre los miembros de una organización.

5. Futuroscopia: algunas predicciones sobre la evolución del correo electrónico

Las limitaciones del correo electrónico como medio de comunicación aún están por descubrir. La evolución del estilo del correo electrónico aún está en su primera fase, a juicio de David Crystal, quien formula la siguiente predicción: «dentro de unos años el correo electrónico ofrecerá una gama mucho mayor de posibilidades estilísticas que en la actualidad. Para ello, tendrá que adaptarse a la necesidad de satisfacer una mayor variedad de fines comunicativos y deberán resolverse las cuestiones legales que gravitan sobre el estados de ciertos tipos de mensajes.» (Crystal, 2000: 127). A ello cabría añadir la previsible convergencia entre oralidad y escritura y entre el correo electrónico y otros medios de comunicación. Si bien en la actualidad predomina la transmisión de textos escritos, es razonable pensar que con el desarrollo de las técnicas digitalizadoras se irán incorporando elementos hipertextuales y multimedia. También parece lógico pensar que algunos objetos que hoy parecen imprescindibles para la escritura y la lectura de los correos electrónicos se transformarán y aparecerán nuevos objetos y funciones. Quizás sea una utopía pensar hoy en «dictar» los correos electrónicos a un móvil o a una pantalla de ordenador y que lo dicho se transforme, mediante sofisticados programas informáticos de conversión de voz a texto y viceversa, en lo escrito. O que el propio ordenador o teléfono móvil nos lea en voz alta los mensajes electrónicos que recibimos. O que enviemos nuestro mensaje electrónico a través del videoteléfono. Pero, tales utopías no parecen ya excesivamente lejanas. Más que de avances tecnológicos, la difusión de tales funciones dependerá de estrategias comerciales. Y un factor decisivo para el desarrollo de tales estrategias será –ya lo es– la interrelación del correo electrónico con los teléfonos móviles. Éstos se consolidarán, tal vez, como ordenadores de bolsillo, videoteléfonos, complejas extensiones de Internet y, por supuesto, de los correos electrónicos.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ANDRÉS GAY, Mercedes; ROMERO ARIES, Carlos (2002): *Microsoft Outlook 2002 Office XP*, Madrid, Anaya Multimedia.
- BARÓN, Naomi S. (1998): «Letters by phone or speech by other means: the linguistics of e-mail», en *Language and Communication*, 18, págs. 133-170.
- BERNERS-LEE, Tim (1999): *Tejiendo la red*, trad. esp., Madrid, Siglo XXI, 2000.
- CONTRERAS ALARCÓN, José Manuel; GONZÁLEZ-SIMANCAS SANZ, M.; CHAMORRO MARÍN, R. (1997): *Correo electrónico en Internet*, Madrid, Paraninfo.
- CRYSTAL, David (2001): «El lenguaje del correo electrónico», en *El lenguaje e Internet*, trad. esp. Pedro Tena, Madrid, Cambridge University Press, 2002, págs. 153-186.
- FLYNN, Nancy y FLYNN, Tom (1998): *Correo electrónico: cómo escribir mensajes eficaces*, trad. esp., Barcelona, Gedisa, 2000.
- GANNON-LEARY, P. (1998) [dic. 2002]: «The ethics of electronic mail», Bristol, Congreso Internacional *Iriss98*, en <http://sosig.ac.uk/iriss/papers/paper11.htm>
- GARCÍA GABALDÓN, Jesús (2001): «La representación del texto en la era electrónica», en P. Aullón de Haro (ed.): *El signo y el espacio. Escritura y texto desde los orígenes hasta la modernidad occidental*, Madrid, Centro Cultural Conde Duque, Ayuntamiento de Madrid, págs. 87-101.
- HARRISON, S. (1998) [dic. 2002]: «E-mail at work», Institute for Professional Communication, Archive of Papers/Articles, en <http://www.istc.org.uk/email.htm>
- HERRING, Susan C. (ed.) (1996): *Computer-mediated communication: linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam, Benjamins.
- HUNT, Craig (2001): *Linux sendmail administration*, San Francisco, SYBEX.
- NAUGHTON, John (2000): *A brief History of the Future: the origins of Internet*, Londres, Phoenix.
- PEDRAZ GÓMEZ, Ruth; GARCÍA ALONSO, Silvia (1999): *Uso del correo electrónico: guía en diez minutos*, Madrid, Prentice Hall.
- PEMBERTON, Lym y SHURVILLE, Simon (eds.) (2000): *Words on the Web: computer mediated communication*, Exeter, Intellect Books.
- PISCITELLI, Alejandro (2002): *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*, Buenos Aires-Barcelona, Paidós.

- PORTOCARRERO, Felipe y GIRONELLA, Natalia (2001): *La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa*, Madrid, SM.
- RUKEHL, Jens (1998): *Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analyse*, Wiesbaden, Opladen.
- WHELAN, Jonathan (1999): *E-mail en el trabajo: evite los inconvenientes y explote el potencial*, trad. esp., México, Prentice Hall, 2000.
- YUS, Francisco: (2001): «Tienes un e-mail», en *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel, págs. 113-153.
- ZARANDIETA MORÁN, Francisco (2001): *Manual imprescindible de Netscape 6*, Madrid, Anaya Multi