

Cortesía en Internet. Presentación de una guía multidisciplinar sobre la netiqueta*



Inmaculada Martín Herrera**

Recibido: 2022-05-02 • Enviado a pares: 2022-06-11
Aprobado por pares: 2022-07-20 • Aceptado: 2022-10-12
<https://doi.org/10.22395/angr.v21n42a14>

Resumen

El objetivo de este trabajo es llevar a cabo una revisión documental en torno al concepto "netiqueta", con la intención de profundizar en el fenómeno y elaborar una recopilación completa y actualizada de las normas que rigen la cortesía en las comunicaciones digitales. El interés del tema abordado se justifica al tener en cuenta que del comportamiento en los canales *online* depende la configuración de ambientes educados y seguros en internet. Por ello, resulta oportuno el conocimiento y la aplicación de un protocolo específico para el ciberespacio. Respecto a la metodología, a la revisión literaria se suma una categorización subjetiva a partir de las reglas localizadas. De manera que esta ciberetiqueta se ha estudiado en función de dos criterios de clasificación: unas dimensiones temáticas, relacionadas con la amabilidad, la gestión del tiempo y la legalidad; y su aplicación en plataformas y herramientas de uso cotidiano. Igualmente, se ha procedido a representar gráficamente este protocolo de actuación en internet, con la intención de que estos diagramas contribuyan a su rápida consulta y asimilación. El principal resultado es una guía de carácter público que puede ser empleada como material de consulta en diferentes ámbitos: las relaciones personales o laborales, la educación, el comercio electrónico o la investigación. Las conclusiones determinan el carácter multidisciplinar de la netiqueta, la especificidad de estas reglas según el tipo de plataforma y la conveniencia de revisar estas maneras, pues la permanente innovación tecnológica y el cambiante perfil de las audiencias digitales conllevan la necesidad de nuevas etiquetas.

Palabras clave: comunicación; Internet; digitalización; educación; etiqueta; norma; interacción social; redes sociales.

* Procedencia del estudio: Departamento de Comunicación Digital. Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide. Sevilla. España. Año de ejecución: 2022. Autora: Doctora Inmaculada Martín Herrera. Docente e investigadora en los Grados en Comunicación y Comunicación Digital del Centro Universitario San Isidoro. Correo electrónico: imartin@centrosanisidoro.es. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8943-4766>

** Docente e investigadora en el Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide. Doctora en los Grados en Comunicación y Comunicación Digital. Sevilla. España. Correo electrónico: imartin@centrosanisidoro.es. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8943-4766>

Courtesy on the Internet. Presentation of a Multidisciplinary Guide About the Netiquette

Abstract

The objective of this work is to carry out a documentary review around the netiquette concept, with the intention of delving into the phenomenon and preparing a complete and updated compilation of the rules that govern courtesy in digital communications. The interest of the topic addressed is justified by taking into account that the configuration of polite and safe environments on the Internet depends on behavior in online channels. For this reason, the knowledge and application of a specific protocol for cyberspace is convenient. Regarding the methodology, a subjective categorization, based on the localized rules, is added to the literary review. So this netiquette has been studied based on two classification criteria: some thematic dimensions, related to kindness, time management and legality; and its specific application in platforms and tools of daily use. Likewise, this action protocol has been graphically represented on the Internet, with the intention that these diagrams contribute to its rapid consultation and assimilation. The result is a multidisciplinary guide that can be applied and used as reference material in different environments: personal or labor relations, education, electronic commerce or research. The conclusions determine the multidisciplinary nature of netiquette, the specificity of these rules depending on the type of platform and the convenience of revising these rules, since the permanent technological innovation and the changing profile of digital audiences entail the need for a new netiquette.

Keywords: communication; Internet; digitization; education; etiquette; norm; social interaction; social networks.

Cortesia na Internet. Apresentação de um guia multidisciplinar sobre a netiqueta

Resumo

O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão documental em torno do conceito de netiqueta, com o intuito de aprofundar o fenômeno e preparar uma compilação completa e atualizada das regras que regem a cortesia nas comunicações digitais. O interesse do tema abordado justifica-se por levar em consideração que a configuração de ambientes educados e seguros na Internet depende do comportamento nos canais online. Por esta razão, é oportuno o conhecimento e aplicação de um protocolo específico para o ciberespaço. Quanto à metodologia, acrescenta-se à revisão literária uma categorização subjetiva com base nas regras localizadas. Assim, este netiqueta foi estudado com base em dois critérios de classificação: algumas dimensões temáticas, relacionadas à gentileza, gerenciamento de tempo e legalidade; e sua aplicação específica em plataformas e ferramentas de uso diário. Da mesma forma, este protocolo de ação na Internet foi representado graficamente, com a intenção de que esses diagramas contribuam para sua rápida consulta e assimilação. O resultado é um guia multidisciplinar que pode ser aplicado e utilizado como material de referência em diferentes áreas: relações pessoais ou de trabalho, educação, comércio eletrônico ou investigação. As conclusões determinam o caráter multidisciplinar da netiqueta, a especificidade dessas regras em função do tipo de plataforma e a conveniência de revisar essas formas, uma vez que a permanente inovação tecnológica e a mudança de perfil das audiências digitais acarretam a necessidade de um novo protocolo.

Palavras chave: comunicação; Internet; digitalização; educação; etiqueta; norma; interação social; redes sociais.

Introducción

El ser humano es un ser social, siendo la comunicación la base de su existencia y desarrollo evolutivo. Tal y como establecen Watzlawick et al. (1971), es imposible no comunicar y, a su vez, la conducta de un elemento o de un miembro de la comunidad tiene un valor de mensaje para los demás. De hecho, según añaden los autores, en la comunicación humana "cada una de las partes de un sistema está relacionada de tal modo con las otras que un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás y en el sistema total" (p. 120). Esta teoría pone en valor la fuerza y las consecuencias de la interacción intrapersonal y la influencia mutua.

En la sociedad digital, las relaciones humanas se han sobredimensionado superando las barreras geográficas y temporales. La irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación ha traído consigo la aparición y el uso intensivo de aplicaciones y plataformas que permiten una interacción virtual directa, rápida, simultánea y de alcance global, donde es posible un diálogo multidireccional entre personas y organizaciones. De hecho, actualmente, buena parte de las relaciones sociales, laborales, comerciales y académicas se han trasladado al ciberespacio. Las implicaciones de esta conectividad masiva justifican la importancia de cuidar las comunicaciones en internet porque de este comportamiento dependerá el logro de los objetivos y el éxito de las interrelaciones en cualquier ámbito de actuación (Campos-Quesada y Kcuno-Aimituma, 2017).

Una comunicación cordial y efectiva en internet implica una conducta individual y grupal que favorezca la creación de ambientes agradables, seguros y educados. En este sentido, desde que las comunicaciones virtuales y los envíos de correo electrónico son parte de la vida cotidiana, existe la necesidad de establecer unas normas de cortesía en línea (Fernández-Cárdenas et al., 2015). Estas reglas constituyen lo que se ha denominado netiqueta o etiqueta digital. Una de las primeras recopilaciones figura en el libro *Netiquette* de la autora Virginia Shea (1994), donde se recogen diez normas básicas para comportarse adecuadamente en el ciberespacio. A partir de entonces, este protocolo se ha ido ampliando de manera paralela al desarrollo de los procesos y las aplicaciones virtuales.

En nuestro caso, la intención con este trabajo es llevar a cabo una revisión teórica del concepto netiqueta con los siguientes objetivos: a) tomando como base la literatura existente, profundizar en su significado y elaborar una recopilación completa y actualizada, a modo de guía, de las normas por las que se rige la cortesía virtual, b) presentar estas reglas en función de unos criterios temáticos de clasificación, c) representar gráficamente este protocolo de actuación en internet, de manera que estos diagramas contribuyan a su rápida consulta y asimilación.

Con base en el primero de los objetivos descritos con anterioridad, procedemos a reflexionar sobre la cortesía en internet. El término etiqueta representa un conjunto de reglas sobre las buenas maneras, el saber ser y saber estar, el protocolo y los actos ceremoniales (Cordero, 2011), establecido por un grupo social, una organización o una autoridad, para regir las relaciones sociales y los actos públicos. Según esta acepción, la etiqueta engloba al ceremonial y al protocolo, definido por Urbina (2005) como la disciplina que determina las estructuras o formas bajo las cuales se realiza una actividad humana pluripersonal e importante.

En este trabajo acotamos el concepto a la etiqueta digital, también denominada ciberetiqueta (Betti, 2013), cibermaneras (Yus, 2001) y netiqueta, por ser aquella que opera en internet. El término *netiquette* (su castellanización es netiqueta) procede de la unión de dos palabras inglesas: *net*, que significa red, y *etiquette*, en alusión a la educación y al ceremonial.

Es una obviedad que la realidad analógica y el ciberespacio son canales diferentes porque la Red cuenta con su propio lenguaje y simbolismo, y se maneja con unos tiempos diferentes. No obstante, la cortesía es igualmente necesaria y aplicable en ambas interfaces para lograr una comunicación fluida y efectiva. En esta tesitura es donde adquiere sentido la netiqueta, entendida como "una serie de consejos adoptados a nivel mundial, que rigen la conducta correcta de nuestros actos virtuales, es decir: cómo comportarse educadamente en la red" (Gómez-Sánchez y Guerra-Salas, 2012, p. 52). Estas normas regulan el comportamiento y favorecen la relación respetuosa entre emisores y receptores en las plataformas de internet (Fernández, 2014), tales como el correo electrónico, las páginas web, las aplicaciones de mensajería instantánea, las redes sociales y todo aquel espacio donde se lleva a cabo el intercambio de información para garantizar una convivencia y una navegación agradable y segura (Cordero, 2011; Ribas, 2018).

Para Rodríguez-Monterrosa (2018), la netiqueta se considera un protocolo de compartimiento virtual semejante a las reglas de comportamiento social del mundo real. El objetivo, según esta autora, es que los usuarios establezcan una convivencia sana, dinámica y fluida en internet, que permita compartir información sin alterar su contenido, respetando los derechos de autor, empleando un lenguaje acorde en las conversaciones y aportando valor a los espacios de trabajo. Esta premisa cobra especial importancia en el momento actual, en una sociedad de la información que está inmersa en un acelerado e intenso proceso de digitalización que afecta a prácticamente todos los sectores de la vida personal y profesional. Por todo lo anterior, se plantea y se defiende la aplicación de la netiqueta a las comunicaciones digitales que se llevan a cabo en cualquier contexto: las relaciones personales, el ámbito laboral, las transacciones comerciales y los entornos educativos.

Metodología

La metodología empleada en este trabajo responde a un estudio descriptivo a través de una revisión bibliográfica, considerada como una investigación documental que tiene por objetivo examinar la bibliografía publicada para recopilar información sobre un tema o problema y situarla en cierta perspectiva (Ramos et al., 2003). En este caso, la revisión teórica está basada en la consulta y el análisis de la literatura existente sobre el término netiqueta en el contexto de las comunicaciones digitales, y su correlación con otras disciplinas o fenómenos como la ética, la ley y la convivencia social. Respecto a la tipología, se trata de una revisión bibliográfica narrativa o descriptiva que, según Squires (1989, citado en Icart y Canela, 1994), proporciona al lector una puesta al día sobre conceptos útiles en áreas en constante evolución.

Para Guirao-Goris (2015), en una revisión narrativa es preciso describir cómo se ha desarrollado la búsqueda y se han localizado los textos. En este sentido, se ha realizado una recopilación dirigida de la bibliografía, seguida de una posterior revisión y clasificación de los materiales en función de los temas y los enfoques. Los descriptores empleados para la búsqueda efectiva de la información requerida han sido netiqueta, cortesía digital y etiqueta digital, así como sus traducciones al inglés: *netiquette*, *digital courtesy* y *digital etiquette*. Por su parte, la muestra analizada está configurada por una selección de documentos que datan desde la década de los setenta del siglo pasado hasta el momento actual. Predominan los textos académicos (82 %): artículos científicos publicados en revistas indexadas (53,1 %), libros, capítulos de libros y actas de congresos (28,9 %); de autores que proceden de distintas nacionalidades: España, Ecuador, México, Italia, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Alemania, Eslovaquia, etc. Como fuentes de información bibliográfica para la localización de esta literatura nos hemos servido de bases de datos, tales como Dialnet, Redib, Scopus, Redalyc, Web of Science o Scielo, y de buscadores especializados en contenido científico como Google Académico, Semantic Scholar y Scirus. Estas referencias se han completado con testimonios de expertos recogidos en artículos de prensa y en portales profesionales y universitarios especializados en el *marketing* y la comunicación digital (18 %).

Respecto al análisis, a la hora de abordar las normas de la etiqueta digital, una vez recopiladas tras el proceso de documentación, se llevó a cabo una categorización subjetiva; de modo que se ha procedido a estudiarlas con base en dos criterios de clasificación. Por un lado, tres bloques o dimensiones temáticas: Amabilidad, Respeto por el tiempo ajeno y Legalidad; y por otro, su aplicación en soportes y herramientas específicas. En concreto, son: las redes sociales, los foros, los chats, el correo electrónico, las listas de difusión, la mensajería instantánea y las videoconferencias. Igualmente, parte de esta información se ha representado gráficamente en figuras o mapas conceptuales que sintetizan y destacan las reglas estudiadas.

Resultados

Tal y como se expone en el apartado de metodología, se procede a estudiar las normas de la etiqueta digital en función de dos criterios. En primer lugar, atendiendo a tres dimensiones temáticas: Amabilidad, Respeto por el tiempo ajeno y Legalidad; y, en segundo lugar, sus variantes de uso en soportes y herramientas específicas. Respecto a la primera dimensión, se entiende por amabilidad la condición de afable, complaciente y afectuoso. Es un valor social que se fundamenta en el respeto, el afecto y la benevolencia en nuestra forma de relacionarnos con el otro, siendo fundamental para convivir de una manera positiva y satisfactoria con los otros (Fuentes y Banda, 2020).

En cuanto a este atributo, la netiqueta (figura 1) recomienda saber dónde se encuentra cada uno cuando navega por el ciberespacio y emplear en cada caso el tú o el usted, tal y como se procedería en un entorno analógico. Igualmente, siguiendo las recomendaciones de Shea (1994), se aboga por la tolerancia, en el sentido de ser una persona comprensiva con los errores ajenos y reconocer los propios; la humanidad y el pacifismo para la construcción de debates sanos y educativos; la generosidad para compartir el conocimiento a través de la Red; y la solidaridad para ayudar a otros con sus dudas. En el sector laboral, para Castillo de Mesa et al. (2021), los profesionales de determinados campos, como es el caso del trabajo social, tienen la oportunidad y la responsabilidad de combatir la polarización de la sociedad global en las redes sociales; así como “intervenir de manera proactiva en las esferas digitales globales para comprender, reflejar y promover la justicia social, la igualdad de derechos y el empoderamiento de las personas desfavorecidas, vulnerables y oprimidas” (p. 352).

Figura 1. Normas de la netiqueta en la dimensión "Amabilidad"



Fuente: elaboración propia.

En una convivencia virtual civilizada queda absolutamente prohibido el insulto o la burla, máxime cuando no habría valor para hacerlo en persona. En este sentido, el anonimato o la falta de un contacto físico o directo no es una razón para la descortesía. Por tanto, se hace preciso moderar las críticas, cuidar el tono, respetar la diversidad y la igualdad de género, y no ofender o herir sentimientos o susceptibilidades ajenos con nuestros contenidos o comentarios. Por el contrario, ante un caso demostrado de ataque, discriminación o acoso, se puede recurrir a los sistemas que sirven para denunciar el comportamiento inapropiado de un usuario en internet.

Somos amables con los demás cuando cuidamos nuestra ortografía. También es una muestra de educación responder a quien nos pregunta. De manera que, en el caso de blogs y redes sociales, hay que contestar a los comentarios con la mayor rapidez posible. En relación a estos comentarios, no se borran aquellos que expresan una crítica. No obstante, para evitar su propagación, sí se eliminan o no se aceptan aquellos que contienen insultos, groserías, ataques xenófobos o por cuestión de género, porque, precisamente, son contrarios a un comportamiento amable y pacífico.

Si hablamos de cortesía, no podemos obviar las emociones, y para expresarlas se puede recurrir a los emoticones, siempre y cuando se empleen con mesura, de manera coherente y en el contexto adecuado. Y, por supuesto, dar las gracias, pues se trata de una conducta fácil y rápida de ejecutar, entendible, efectiva y económica.

Por último, hay que tener en cuenta que la netiqueta varía de un país a otro. En este sentido, es una muestra de educación respetar y adaptarnos en nuestras relaciones personales y profesionales a los valores y las costumbres de otras culturas. Así pues, en Norteamérica se recomienda moderar el volumen de voz y que todos los participantes se presenten al comenzar una reunión *online*. Mientras que, en países asiáticos, como China o Malasia, se valora la puntualidad; y la convocatoria a un evento virtual debe realizarse a través de una invitación formal que se envía con, al menos, dos semanas de antelación.

La segunda dimensión hace referencia al respeto por el tiempo ajeno (figura 2), y en este caso, facilitar la decodificación de los mensajes recibidos se interpreta como una muestra de educación. Se consigue cuidando la expresión con mensajes claros y concisos, que emplean una terminología correcta y obvian las perífrasis, así como las frases y los párrafos largos. Hay que resumir y priorizar según la importancia, evitar la información innecesaria e irrelevante y los contenidos repetidos. El objetivo es eludir la confusión que dificulta la comprensibilidad y, por ende, obliga al receptor a invertir más tiempo del necesario en la lectura de los textos.

Figura 2. Normas de la netiqueta en la dimensión "Respetar el tiempo ajeno"



Fuente: elaboración propia.

Se recomienda no abusar del uso de letras en cursiva y de las mayúsculas, porque son más difíciles de leer, especialmente en la pantalla de un dispositivo electrónico. Además, en el caso de estas últimas, empleadas en internet, se identifican con gritos. También hay que sortear las siglas, los localismos y los tecnicismos que no son popularmente conocidos, porque si no van acompañados de una descripción obligan al usuario a interrumpir la lectura para buscar su significado. Igualmente, se desaprueba el empleo del lenguaje SMS (*Short Message Service*) para la redacción de mensajes que no pertenezcan a este tipo de servicio, porque fuera de su contexto pueden malinterpretarse e inducir a error.

Es contraria a la buena educación y al respeto hacia el resto de los usuarios de la Red la propagación intencionada de cadenas de *mails* o noticias falsas, que nada aportan al receptor y saturan la bandeja de entrada; pues su consulta y eliminación suponen una molestia y una pérdida de tiempo. Finalmente, a la hora de compartir archivos pesados, lo más apropiado es recurrir a herramientas de almacenamiento en la nube, entre las que figuran Dropbox, Drive o TeraBox. En otro caso, el envío de estos materiales a través del correo electrónico convencional puede implicar una serie de inconvenientes como tiempos de descarga excesivo, un consumo extraordinario de datos móviles o de la batería del dispositivo o un bloqueo del sistema; que, lógicamente, afectan negativamente a la productividad y que se deben evitar si lo que se pretende es un comportamiento acorde a la netiqueta.

La tercera dimensión, denominada Legalidad (figura 3), está encaminada a cumplir la ley. A su vez, se correlaciona con otros valores como la cortesía digital y la ética, tal y como se aprecia a continuación.

Figura 3. Normas de la netiqueta en la dimensión "Legalidad"



Fuente: elaboración propia.

En un sentido más estricto, se trata de atenerse a lo que marca la Constitución de cada país en materia de privacidad. En España, figura Ley Orgánica 1 (1982), de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Este derecho, garantizado en el artículo dieciocho de la Constitución, "será protegido civilmente frente a todo género de intromisiones ilegítimas" (Ley Orgánica 1, 1982). El texto añade que cuando la intromisión sea constitutiva de delito, "se estará a lo dispuesto en el Código Penal" (Ley Orgánica 1, 1982).

Con base en estos derechos, protegidos constitucionalmente, es conveniente recordar que todo aquello publicado en internet puede ser empleado como prueba o evidencia en el caso de tratarse de un material constitutivo de delito. Así pues, con objeto de evitar malentendidos o problemas con la justicia, antes de publicar en la Red es conveniente pensar y revisar el contenido.

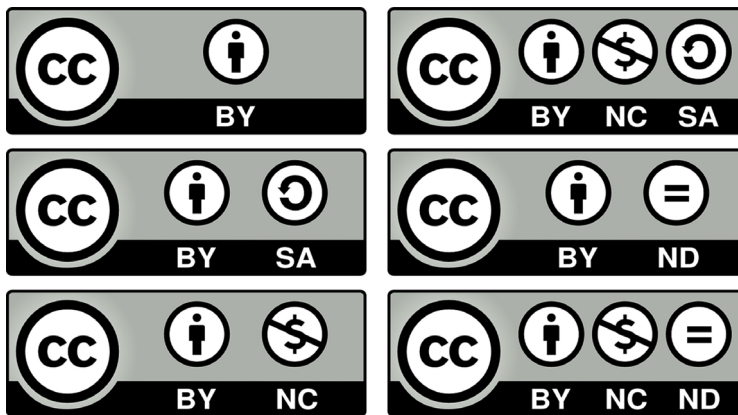
Otra cuestión es la propiedad intelectual, ligada a los derechos de autor. El derecho de autor es el que la ley reconoce al autor de una obra intelectual o artística para autorizar su reproducción y participar en los beneficios que esta genere.

Sirve para "dar solución a una serie de conflictos de intereses entre los autores de las creaciones intelectuales, los editores y demás intermediarios que las distribuyen y el público que las consume" (Bondía-Román, 1988, p. 21).

Con objeto de respetar su cumplimiento, desde una doble perspectiva legal y moral, se apremia a conocer e identificar las licencias de difusión de contenidos en internet. En el caso de la licencia *copyright*, representa los derechos de autor que se les conceden a los creadores de una obra literaria, tema musical o artículo científico, entre otras, con objeto de atribuirle su autoría (Peiró, 2020). Por el contrario, la licencia *copyleft*, antónimo del *copyright*, es la más abierta, tanto que incluso se puede participar en la obra, siempre y cuando se indique la parte de autoría de cada autor.

Una tercera opción son las licencias Creative Commons, que permiten la cesión de estos derechos de autor favoreciendo la libre distribución de la información y del conocimiento. Son personalizables, pues operan bajo una serie de premisas, no excluyentes sino combinables entre sí (figura 4), y que son las siguientes: a) reconocimiento (BY), referida a la necesidad de citar la fuente; b) compartir igual (SA), es decir, bajo el mismo tipo de licencia Creative Commons; c) no comercial (NC), que concede permiso para emplear el contenido, pero sin fines lucrativos; d) sin obra derivada (ND), que permite emplear el material, pero sin modificarlo.

Figura 4. Licencias Creative Commons



Fuente: Progressor (2015).

A continuación, se estudian otras normas de cortesía digital y cómo afectan de manera particular a determinadas plataformas o herramientas. Los autores y los documentos consultados (Andrés-Muñoz, 2014; Connor, 2014; Elizondo-Garza, 2003a; Elizondo-Garza, 2003b; Іщук y Іщук, 2021; Kozík y Slivová, 2014; Netiquétate, 2020; Peláez-López y Lara-Vásconez, 2016; Ribas, 2018; Shapiro y Anderson, 1985; Solórzano-

Álava et al., 2021; Vilatarsana, 2004) nos han servido de orientación para elaborar los siguientes apartados: Redes sociales, foros y chats; Correo electrónico y listas de discusión; y Mensajería móvil y videoconferencias.

Redes sociales, foros y chats

Las redes sociales se constituyen como una herramienta de comunicación de uso cotidiano que permite establecer vínculos y un contacto permanente a través de internet entre personas conocidas e, incluso, entre aquellas que no se conocen físicamente. Según Parra-Castrillón (2010), "en estas redes las personas fácilmente pueden expresarse, ser escuchadas, compartir identidades, deleitarse con afinidades comunes" (p. 107). Su éxito radica en factores simples: la presencia transcultural o la omnipresencia, que las comprometen como nodos productores y consumidores de información (ibid); son fáciles de emplear; el acceso al servicio es directo, pues los requisitos básicos son disponer de un dispositivo electrónico y una conexión a Internet; y el coste es relativamente económico.

A nivel general, en el uso común de las redes sociales (figura 5), la netiqueta no es una ley, son pautas de comportamiento voluntarias y acordadas, cuyo cumplimiento ayudan a entenderse, colaborar, convivir y disfrutar (Netiquétate, 2020).

Figura 5. Netiqueta en las redes sociales



Fuente: elaboración propia.

En el caso de la red social Facebook, no es correcto etiquetar a otro usuario sin su permiso. Conviene diferenciar entre mensaje y muro; de manera que es preferible no publicar contenidos personales en el muro, donde es visible para todos, porque de esta manera hacemos una distinción entre las conversaciones privadas y lo que es público. Asimismo, hay que distinguir entre el perfil, que es más personal; y la página, popularmente conocida como *fan page* y, normalmente, ligada a la publicidad y al *marketing* con fines comerciales o corporativos.

Para ser educados en Twitter, se recomienda identificarse con un breve texto o *bio*, que contenga nombre, lugar de procedencia y afiliación académica o profesional. No se entiende mentir ni en este texto ni en los comentarios que se publiquen. Si la información, la cita, la fotografía, etc. que tuiteamos no es de nuestra autoría, hay que citar y enlazar las fuentes, comprobando que funcionan los enlaces que se adjuntan.

Es lógico que se interaccione con los seguidores. De hecho, la interacción es un factor clave en internet y, especialmente, en las redes sociales, pero hay que hacerlo con amabilidad, de manera pacífica y sin alimentar el conflicto. Es correcto y recomendable usar *hashtags* para etiquetar temáticamente los mensajes, y emoticonos para transmitir emociones, pero con moderación y sentido común. Para evitar malentendidos, Elizondo (2003a) apuesta por emplear aquellos que son universalmente conocidos como la sonrisa, el guiño o la cara sorprendida. Respecto a sus usos, predominan el cumplido, el agradecimiento, las invitaciones, atenuar pedidos, enfatizar saludos y expresar empatía (Sampietro, 2019; Varas y Vásquez-Rocca, 2022).

Hay que recordar que Twitter es una red social basada en el concepto *microblogging*, definido como un servicio que permite publicar mensajes de texto cortos, con una longitud máxima de doscientos ochenta caracteres. Por tanto, no es un chat y no es Whatsapp, pues para esas otras comunicaciones existen otras plataformas específicas. Por último, ante el conflicto "moral" de seguir, no seguir, dejar de seguir o bloquear a otros usuarios, la respuesta debe ser actuar con total libertad. Tampoco hay que sentirse obligado a participar de aquellos temas, hilos o grupos que no se conocen o no interesan.

En relación a otras redes, como Instagram, TikTok y Youtube, asumimos que es aplicable todo lo expuesto con anterioridad. No obstante, por el impacto visual y la influencia que ejercen las imágenes sobre las percepciones colectivas, cabe matizar que estos canales exigen una especial sensibilidad, sobre todo en aquellos vídeos o historias relativas a temas que afectan al desarrollo social de las poblaciones como la igualdad de género, el respeto a la diversidad y el medio ambiente o la lucha contra cualquier tipo de violencia.

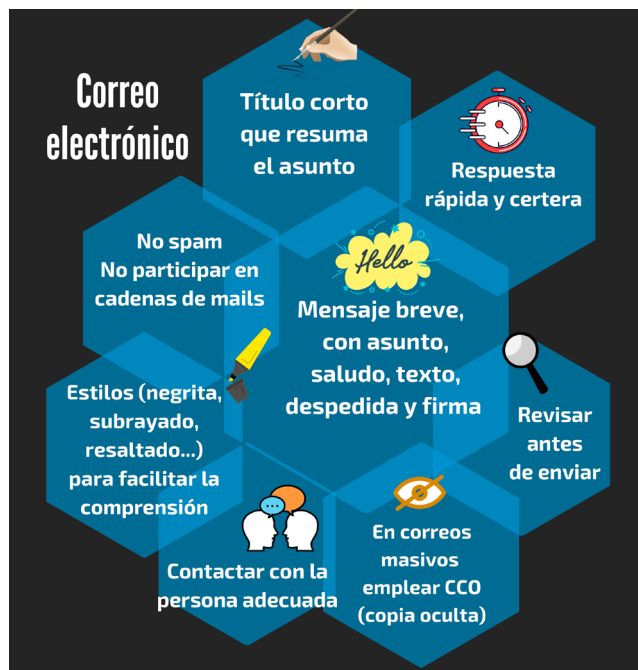
Por su parte, LinkedIn o similares, como Xing o About.me, suponen un caso especial. Como redes verticales profesionales enfocadas a las relaciones laborales, se caracterizan por el alto grado de corrección y formalidad que rige en sus comunicaciones. Sin embargo, a pesar de esta amabilidad corporativa innata, consideramos conveniente recordar unas normas de comportamiento: usar la plataforma estrictamente en el ámbito profesional; mantener el perfil actualizado y ordenado; responder a las preguntas, menciones y felicitaciones de otros usuarios; comentar en el perfil de otras personas; ser honesto con los datos personales y con el *currículum*; no hacer *spam* enviando correo no deseado; y compartir noticias relevantes con la comunidad. De modo que esta curación de contenidos sea una atención y un servicio que se presta a los seguidores (Dans, 2014; Lacoste, 2012).

Para una comunicación educada y pacífica en foros y chats, se recomienda seguir los siguientes consejos: saludar al llegar a una sala y despedirse al abandonarla; emplear un alias o *nick* que sea, de alguna manera, identificativo del emisor; familiarizarnos previamente con el funcionamiento y el manual de conducta del canal, contemplando el hecho de que el no cumplimiento del mismo puede implicar la expulsión; seguir el tema o *topic* de la sala; no molestar, no insultar y no discutir con otros usuarios; ante un problema, se debe contactar con el moderador del foro; no compartir datos personales de terceros; y no emplear estos canales para hacer publicidad de webs, marcas o perfiles.

Correo electrónico y listas de discusión

La necesidad de la netiqueta es especialmente notoria en el caso del correo electrónico. No en vano se trata de un sistema y de una plataforma de comunicación y, también, de la herramienta de trabajo más empleada en el mundo. Según Statista (2021), en 2022, cuatro mil treinta millones de personas en todo el mundo utilizan el correo electrónico, y los expertos prevén que ese número crezca hasta cuatro mil quinientos millones para el 2025. Un empleo correcto, pacífico y productivo del correo electrónico implica la aplicación de la netiqueta. En este sentido, procedemos a describir algunas normas de cortesía digital que son específicas de esta canal (figura 6). En primer lugar, decidir, en cada caso, el tono formal, informal o semiformal de los contenidos, y distinguir entre la opinión y la información objetiva (Shapiro y Anderson, 1985). La respuesta debe ser completa, pero concisa; lo más rápida posible; no incluir el mail original, excepto que sea necesario; y no favorecer el correo no deseado. También es preciso asegurarse previamente de contactar con la persona adecuada, pues esta comprobación es una manera de no hacer perder el tiempo al prójimo y no perder el nuestro. Además de que un correo mal direccionado puede ocasionar problemas y malentendidos.

Figura 6. Netiqueta en el correo electrónico



Fuente: elaboración propia.

Preferentemente, el asunto no se deja en blanco y este campo se rellena con un título corto que describa el motivo del *mail*. Es importante incorporar los elementos básicos y respetar la estructura de cualquier correspondencia: el saludo, una introducción, el cuerpo principal, una conclusión, la despedida y la firma. Incluso un aviso legal emitido desde la organización para advertir en el caso de que el *e-mail* caiga en manos erróneas (Ищук y Ищук, 2021).

Los estilos facilitan la comprensión del mensaje; y para ello conviene emplear de manera productiva recursos como la negrita, la cursiva, el subrayado, el color o el texto resaltado con objeto de destacar y llamar la atención sobre determinados datos. No obstante, estas señales no verbales deben emplearse con precaución teniendo en cuenta la interpretación de las mismas por parte de los receptores y las connotaciones de ciertos marcadores. Tal es el caso del color rojo, que puede entenderse como una corrección; o la palabra subrayada, que puede asociarse a un enlace.

Un tema importante a tener en consideración es el envío de correos masivos. En estos casos, por una cuestión legal y de respeto en relación a la difusión de datos personales, hay que emplear la opción Con Copia Oculta (CCO). De esta manera, cada receptor ve solamente su dirección de *e-mail* y no la del resto de destinatarios. A su

vez, en el campo "Para", con objeto de que no quede vacío, se añade la propia dirección de correo. Se diferencia de la opción Carbón Copia, que permite enviar copias de un correo a otros destinatarios además de los principales a los que va dirigido. Es una copia pública, por lo que tanto los destinatarios principales como los usuarios puestos en copia podrán ver a quién se les envía el correo (Fernández, 2020). Si se trata de un reenvío, hay que borrar las direcciones que figuran en el mensaje a excepción de la del destinatario.

Por último, señalar que el correo electrónico no es absolutamente seguro, por lo que hay que controlar aquello que se escribe y se difunde. De modo que se aconseja, por este orden, pensar, escribir y revisar el mensaje antes de publicarlo.

Respecto a una lista de discusión, también denominada lista de interés, lista de distribución o lista electrónica, es una buena herramienta de comunicación para intercambiar noticias y experiencias sobre un tema de interés con carácter académico, comercial o recreativo; formular preguntas; generar y participar en debates (Rodríguez-Camiño, 1999). Para una conducta civilizada y respetuosa en estos foros públicos, Elizondo-Garza (2003b) recomienda leer el manual de conducta antes de participar; abordar únicamente el tema tratado; redactar de manera sintética; no divulgar información publicitaria; darse a conocer ante los otros miembros; cuidar la ortografía; mantener un tono profesional; citar las fuentes si se emplean datos o material ajeno; emplear títulos descriptivos en la cabecera del mensaje; no cambiar el asunto del mensaje que se está contestando; no incluir en cada respuesta el mensaje original; no agregar archivos adjunto, excepto que sea imprescindible; enviar el mensaje de suscripción o baja a la dirección administrativa y no a la propia lista; y evitar las discusiones en público con el resto de los usuarios.

Mensajería móvil y videoconferencias

En relación con Whatsapp o herramientas de mensajería móvil similares, como Telegram (figura 7), hay que tener en cuenta que se trata de redactar, y por ello es preciso respetar las reglas de la ortografía y la gramática. Los mensajes deben ser cortos y no saturar al destinatario con fotografías, vídeos, memes, etc. máxime cuando son reenvíos masivos de dudoso gusto, insustanciales o pesados. Pues se persigue todo lo contrario, es decir, ser amables y educados. Por tanto, también en Whatsapp hay que saludar, despedirse, decir "por favor", "gracias" y "perdón", pues si se comete un error con el contenido o con el propio envío del mensaje, hay que disculparse.

Figura 7. Netiqueta en la mensajería móvil



Fuente: elaboración propia.

En una sociedad hiperconectada, resultado de una combinación de factores como la tecnología, la globalización, los dispositivos móviles o el internet de las cosas, hemos asumido que la actividad virtual es un *non-stop* de veinticuatro horas. Sin embargo, no es así, y deben considerarse los horarios ajenos, teniendo en cuenta las horas a las que escribimos a otros, respetando los tiempos de descanso o las vacaciones; y comprender que la respuesta no tiene por qué ser inmediata.

Hay que preguntarse con quién estoy hablando en cada momento: ¿son amigos, familiares, compañeros de trabajo o clientes? Desde esta asunción, es más fácil emplear con cada una de estas comunidades el tono y el tratamiento más apropiados. Otro factor importante es respetar la privacidad de nuestros contactos. En este sentido, no es ético ni amable compartir o mostrar conversaciones, imágenes o datos del perfil de otros sin su permiso.

En las videoconferencias (figura 8), unas normas básicas de cortesía son la puntualidad, saludar y presentarse ante el resto de los participantes. Igualmente, para no provocar retrasos o interrupciones, se aconseja dedicar el tiempo necesario a conocer y familiarizarse, previamente, con la herramienta tecnológica. Así como evitar el ruido ambiente; de modo que, excepto que se ostente el turno de palabra, el micro debe estar apagado, y si se desea intervenir, una buena opción es emplear la herramienta o aplicación que avisa de que un participante ha levantado virtualmente la mano.

Además, es preferible avisar si se abandona la reunión y no abusar del chat, porque la entrada masiva de mensajes distrae a los asistentes y rompe el ritmo de la reunión. Si es una conexión internacional, en el momento de organizar la videoconferencia se deben tener en cuenta los horarios del resto de países.

Figura 8. Netiqueta en las videoconferencias



Fuente: elaboración propia.

Por último, en el caso de la persona que interviene estando presente en la pantalla, se aconseja procurar una luz adecuada, que no sea una penumbra, pero tampoco excesivamente brillante; emplear un encuadre de tres cuartos que muestre el busto, del pecho hacia arriba; usar una vestimenta apropiada, sencilla pero correcta; emplear un fondo neutro, con la intención de que la decoración u otros elementos del entorno no distraigan a los participantes de lo realmente importante: el mensaje que se está comunicando; y silenciar las notificaciones de los dispositivos, es decir, los sonidos que avisan de la entrada de un nuevo correo electrónico o mensaje de Whatsapp, para evitar las interrupciones.

Discusión y conclusiones

Este artículo aborda la necesidad de una etiqueta adaptada a las relaciones que se desarrollan a través de los canales virtuales. Desde un punto de vista amplio, la comunicación digital "debe guiarse por los principios humanos básicos de amabilidad, respeto y consideración por los demás" (Halm, 2022, p. 327). Sin embargo, el análisis

de este fenómeno demuestra que las tecnologías y las comunidades del ciberespacio requieren unas reglas de cortesía propias, a las que se ha denominado netiqueta, ciberetiqueta o cibermaneras.

En este sentido, la revisión literaria ha permitido localizar trabajos anteriores que estudian las normas de la netiqueta en relación con una única plataforma, preferentemente, el correo electrónico (Bartl, 2016; Munter et al., 2003) o las redes sociales (Peláez-López y Lara-Vásquez, 2016; Solórzano-Álava et al., 2021), y en un sentido general. Nuestra aportación ha sido recopilar en un mismo documento estas reglas, convenientemente actualizadas, y estudiar cómo se deben aplicar, de manera específica y diferenciada, en distintas aplicaciones tecnológicas de uso común. De manera que a las anteriormente citadas se suman la mensajería instantánea, las videoconferencias, las listas de discusión, los blogs, los foros, los chats y YouTube. Queda demostrado que incluso dentro de una misma categoría, como es el caso de las redes sociales, las maneras varían dependiendo del carácter y la finalidad de uso. Por ello, se examinan individualmente, distinguiendo entre las redes horizontales o de contenido genérico, como Facebook, y las verticales o temáticas, tales como la red profesional LinkedIn. Y también teniendo en cuenta si son personales o laborales; más textuales, como Twitter, o eminentemente visuales, como Instagram o TikTok.

El resultado se interpreta como una guía sobre la netiqueta de carácter público y multidisciplinar. Pues tal y como recomienda Pręgowski (2009), además de las propias tecnologías, este estudio también tiene en cuenta valores, e incluso aspectos éticos y legales, estrechamente relacionados con las buenas maneras en internet, como la amabilidad, la honestidad, la tolerancia, el pacifismo, el respeto por el tiempo ajeno, el logro de propósitos sociales, la reputación individual y corporativa, el cumplimiento de los derechos al honor y la intimidad, la protección de datos y el uso de licencias con objeto de preservar la propiedad intelectual. García-Landa (2007) también alude a esta interrelación de materias o fenómenos al afirmar que "la netiqueta, la cortesía, la estrategia y la sabiduría están por tanto estructuralmente subordinadas una a otra en la teoría global de la acción humana que incluya la comunicación en red" (pp. 1-2).

En una investigación de Renés-Arellano et al. (2021), los usuarios identifican la presencia de contravalores cuando usan internet, destacando la manipulación y la violencia, seguido de la falta de respeto, el ataque o acoso por parte de los *haters*, la desigualdad y la deshonestidad. Frente a estos riesgos, hacemos énfasis en el estudio de este protocolo porque de su conocimiento y puesta en práctica depende la generación de ambientes agradables, sanos y educados que favorecen una convivencia fluida y productiva en la Red. Campos-Quesada y Kcuno-Aimituma (2017) señalan beneficios concretos como el respeto y la ética, optimizar el tiempo al facilitar la participación de las personas en las redes sociales, y controlar y evitar controversias y malentendidos.

Para Castillo de Mesa et al. (2022), el uso correcto y cortés de las redes sociales contribuye a aumentar la conectividad de las organizaciones, optimizar el intercambio de información y el acceso a los recursos. Además de mejorar la capacidad para crear alianzas, filtrar información falsa y contribuir a mitigar el exceso de ruido y la saturación informativa. Por todo ello, la intención es que este material sea accesible y pueda consultarse y aplicarse en cualquier ámbito de las comunicaciones digitales: las relaciones interpersonales, la educación, los negocios y la investigación.

En relación a las limitaciones del estudio, se asocian a la metodología empleada, pues como revisión narrativa no se han generado respuestas cuantitativas, y tanto la selección de los estudios como la interpretación de la información pueden estar sujetas a la subjetividad de los autores (Zillmer y Díaz-Medina, 2018). Al mismo tiempo, las autoras destacan las potencialidades de este tipo de revisión documental, tales como facilitar a la comunidad académica y a la ciudadanía en general la comprensión de un determinado tema, que en nuestro caso es la cortesía digital, a través de una fundamentación teórica y en el contexto de las comunicaciones que transcurren a través de los canales *online*. Por último, en el marco de las implicaciones, se plantean dos compromisos. El primero es la revisión de estas maneras, pues la innovación tecnológica y el registro de las nuevas generaciones de usuarios conllevan la necesidad de una actualización periódica. En consecuencia, para Soler-Costa et al. (2021), resulta complejo definir una ética única y permanente para un contexto que cambia continuamente. El segundo es la configuración de otras subguías más específicas; pues, como aconseja Cordero (2011), el manual de comunicación dependerá de la naturaleza de la organización, y habrá que incorporar matices dependiendo de si se trata de una institución educativa (Linek y Ostermaier-Grabow, 2018), una compañía comercializadora o una entidad bancaria.

Referencias

- Andrés-Muñoz, G. (2014). *@ortografía. La importancia de hablar y escribir bien*. Ediciones B.
- Bartl, R. (2016). *Impact of Netiquette on Email Communication* [tesis de maestría, University of Applied Sciences Kempten]. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/175334/1/18129-71709-1-PB.pdf>
- Betti, S. (2013). "Hola profe!" ¿Son corteses los jóvenes en el correo electrónico? Estudio de mensajes virtuales españoles e italianos. *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 26, 67-89.
- Bondía-Román, F. (1988). *La Propiedad intelectual: su significado en la sociedad de la información*. Trivium.
- Campos-Quesada, A. V. y Kcuno-Aimituma, R. (2017). *Netiqueta para el fortalecimiento de la comunicación en las redes sociales caso UNED Costa Rica*. Libro de actas del XVII Congreso Internacional Innovación y Tecnología en Educación a Distancia.

- Castillo de Mesa, J., Marcuello-Servós, C., López Peláez, A. y Méndez Domínguez, P. (2021). Social Work and Digital Activism: Sorority, Intersectionality, Homophily and Polarisation in #MeToo. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 28(2), 351-375. <https://doi.org/10.14198/ALTERN2021.28.2.09>
- Castillo de Mesa, J., López Peláez, A., Méndez-Domínguez, P. y Kirwan, G. (2022). Comunicación digital de los colegios de trabajo social en España en las redes sociales online: ¿coalición, jerarquización o aislamiento? *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 178, 39-60 <https://doi.org/10.5477/cis/reis.178.39>
- Connor, P. (2014). Netiquette: Ground rules for online discussions. *Retrieved online*, 12.
- Cordero, D. de la O. (2011). Las normas de etiqueta en los medios electrónicos. *Investiga. TEC*, 12(12), 19-21.
- Dans, E. (2014). Pero... ¿qué significa exactamente «estar en LinkedIn»? <https://bit.ly/3RkTjpp>
- Elizondo-Garza, F. J. (2003a). Enredándose: Netiqueta. Parte I. E-mail. *Ingenierías*, 6(20), 75-77.
- Elizondo-Garza, F. J. (2003b). Enredándose: Netiqueta. Parte II. Lista de discusión y de noticias. *Ingenierías*, 6(21), 68-71.
- Fernández, S. C. (2014). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor*. Ediciones Paraninfo.
- Fernández-Cárdenas, J. M., Yáñez-Figueroa, J. A. y Muñoz-Villarreal, E. K. (2015). Prácticas morales y normas de netiqueta en las interacciones virtuales de los estudiantes de educación secundaria. *Innovación Educativa*, 15(69), 57-72.
- Fernández, Y. (2020). CC y CCO: qué son y cómo mandar correos sin que se vean todas las direcciones en Gmail u Outlook. *Xataca*. <https://bit.ly/3rjFuNT>
- Fuentes, R. y Banda, M. (2020). *El valor de la amabilidad*. Colegio Aurora de Chile. <https://bit.ly/3MoDHkA>
- García-Landa, J. A. (2007). Netiquette, Politeness, Strategy and Wisdom. *Available at SSRN 1030361* <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1030361>
- Gómez-Sánchez, M. E y Guerra-Salas, L. (2012). La etiqueta en la red: la cortesía en la comunicación digital. En M. Tascón (coord), *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (pp. 59-65). Galaxia Gutenberg.
- Guirao-Goris, S. J. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *ENE, Revista de Enfermería*, 9(2). <http://ene-enfermeria.org/ojs/index.php/ENE/article/view/495/guirao>
- Halm J.N. (2022). Netiquette: Towards Digital Etiquette in Africa. En O. Adeola, J. N. Edeh, R. E. Hinson y F. Netswera (eds.). *Digital Service Delivery in Africa* (pp. 327-349). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83909-3_14
- Icart, M. T. y Canela, J. (1994). El artículo de revisión. *Enfermería Clínica*, 4(4), 180-184.
- Ишук, А. А. y Ишук, О. М. (2021). *Netiquette in emails as a distinctive feature of successful communication*. Doctoral dissertation. MDPC Publishing.

- Jefatura del Estado. (1982, 5 de mayo). Ley Orgánica 1/1982. *Protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen*. Boletín Oficial del Estado n. ° 115. <https://www.boe.es/eli/es/lo/1982/05/05/1>
- Kozík, T. y Slivová, J. (2014). Netiquette in electronic communication. *International Journal of Engineering Pedagogy (ijEP)*, 4(3), 67-70.
- Lacoste, J. A. (2012). 6 Claves para hablar y comunicar mejor en las Redes Sociales (II): LinkedIn. <https://bit.ly/3Cq9MUb>
- Linek, S. B. y Ostermaier-Grabow, A. (2018). Netiquette between students and their lecturers on Facebook: Injunctive and descriptive social norms. *Social Media+ Society*, 4(3), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2056305118789629>
- Munter, M., Rogers, P. S. y Rymer, J. (2003). Business E-mail: Guidelines for Users. *Business and Professional Communication Quarterly*, 66(1), 26-40. <https://doi.org/10.1177/108056990306600104>
- Netiquétate. (2020). Netiqueta paso a paso. <http://www.netiquetate.com/>
- Parra-Castrillón, E. (2010). Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 9(17), 107-116. <https://doi.org/10.22395/angr.v9n17a8>
- Peiró, R. (2020). Copyright. *Economipedia*. <https://bit.ly/3E7hrct>
- Peláez-López, R. y Lara-Vásconez, C. (2016). Uso de las netiquetas y su correcta utilización en las redes sociales. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. <http://www.eumed.net/rev/cccs/2016/04/netiquetas.html>
- Pręgowski, M. P. (2009). Rediscovering the netiquette: The role of propagated values and personal patterns in defining identity of the Internet user. *Observatorio*, 3(1), 353-367.
- Progressor. (2015). Creative commons licencias iconos. *Pixabay* <https://pixabay.com/es/vectores/creative-commons-licencias-iconos-783531/>
- Ramos, M. H., Ramos, M. F. y Romero, E. (2003). Cómo escribir un artículo de revisión. *Revista de postgrado de la Vía Catedra de Medicina*, 126, 1-3.
- Renés-Arellano, P., Hernández-Serrano, M., Caldeiro-Pedreira, M. y Alvites-Huamaní, C. (2021). Contravalores del ethos digital percibidos por futuros formadores. *Comunicar*, 69, 57-67. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-05>
- Ribas, E. (2018). Qué son las Netiquetas y cómo seguir las reglas básicas en Internet. *IEB School*. <https://bit.ly/3E6Hvou>
- Rodríguez-Camiño, R. (1999). Las listas de discusión electrónicas en bibliotecología y ciencias de la información. *Acimed*, 7, 15-29.
- Rodríguez-Monterrosa, I. (2018). Comunicación virtual: Netiquetas. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 5(9). <https://doi.org/10.29057/esat.v5i9.2892>
- Sampietro, A. (2019). Emoticonos y emojis: su relación con la cortesía en la comunicación digital. En *Guía práctica de pragmática del español* (pp. 136-145). Routledge.

- Shapiro, N. y Anderson, R. (1985). *Towards an Ethics and Etiquette for Electronic Mail*. RAND Corporation.
- Shea, V. (1994). *Netiquette*. Albion Books.
- Soler-Costa, R., Lafarga-Ostáriz, P, Mauri-Medrano, M. y Moreno-Guerrero, A. J. (2021). Netiquette: ethic, education, and behavior on Internet - A systematic literature review. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 1212. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031212>
- Solórzano-Álava, W. L., Andrade-Baque, R. S., Lino-Solís, Y. J. y Marcillo-Merino, M. J. (2021). El correcto uso de las netiquetas en las redes sociales. UNESUM-Ciencias. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(3), 183-192.
- Statista. (2021). Number of e-mail users worldwide from 2017 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/255080/number-of-e-mail-users-worldwide/>
- Urbina, J. A. (2005). *El gran libro del protocolo*. Editorial Temas de Hoy.
- Varas, M. y Vázquez-Rocca, L. (2022). 'Me encanta este tipo de ideas. Grandes, niñas': Formas de tratamiento y estrategias de cortesía usadas por jóvenes universitarios al interactuar en Instagram. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 55(108), 235-258.
- Vilatarsana, M. T. (2004). Com es regula la comunicació interpersonal a Internet? La "netiqueta". *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística*, 29, 37-42.
- Watzlawick, P., Beavin, J.H. y Jackson, D. D. (1971). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Tiempo Contemporáneo.
- Yus, F. (2001): *Ciberpragmática: el lenguaje de internet*. Ariel.
- Zillmer, J. G. V y Díaz-Medina, B. A. (2018). Revisión Narrativa: elementos que la constituyen y sus potencialidades. *Journal of Nursing and Health*, 8(1).