

CAPÍTULO 4

Los seis tipos básicos de mensaje

No hay *tantísimas* formas de correspondencia. Tras meses de extenuante y concienzuda investigación hemos llegado a la conclusión de que los mensajes —los más elementales— pueden dividirse en seis categorías: solicitud, respuesta, información, agradecimiento, disculpa y conexión. A continuación exponemos algunos trucos que pueden utilizarse en cada uno de estos casos.

La petición: una guía para solicitar algo

El correo electrónico hace que sea más fácil que nunca lanzar peticiones al aire. Con un solo clic del ratón puedes pedirle a cualquiera que haga prácticamente cualquier cosa.

Esto no es tan bueno como parece.

Nuestro mundo se está llenando de solicitudes indiscriminadas e inapropiadas. ¿Cuántas veces te han pedido hoy que hagas algo que nunca deberían haberte pedido que hicieras? ¿Y tú, realmente necesitas todo cuanto pides?

Las peticiones forman parte de los mensajes más peligrosos que existen, lo que justifica que les prestemos una atención ex-

traordinaria. La petición que tú puedes escribir en diez segundos puede tomarle a la persona a la que va destinada un día entero de trabajo. Incluso una pregunta de fácil respuesta representa una interrupción y, en cierto grado, una imposición. Se pueden infligir heridas permanentes en ambos sentidos: si tu petición es inapropiada, puedes perder un aliado; si tu petición es ignorada o queda insatisfecha, la persona a la que se la enviaste habrá quemado un puente contigo.

Existe un dicho en el mundo del periodismo que es particularmente relevante en esta época de recursos limitados: por cada una de las tareas que realizas, por cada reportero que envías a cubrir una noticia, otra tarea queda sin hacerse. Después de todo solo hay un número limitado de reporteros —y un espacio limitado en el periódico—. Esta filosofía debería aplicarse a todas las peticiones. Así que antes de enviar un mensaje en el que pides algo, asegúrate de que es algo que necesitas de verdad y algo que resulta apropiado pedir.

Carol Weston, autora de libros infantiles, recibió este correo electrónico de una joven admiradora, cuyo nombre ha sido alterado para la ocasión:

Estimada Carol Weston:

¡Hola! Soy Alba. Me preguntaba si puede contestarme a unas cuestiones.

1. Tengo que hacer un comentario de texto para el colegio. Es sobre el primer libro de su serie, *El diario de Melanie Martin*.

2. Me he dejado el libro en mi armario del colegio y me preguntaba si podía usted ayudarme. ¿Puede enviarme, por favor, un breve resumen del libro? También quisiera pedirle que me dijera cómo debe ser una buena introducción así como el desarrollo de la trama, el clímax, el desenlace y la resolución. Si pudiera ayudarme, se lo agradecería enormemente.

Por cierto, ¡me encantan sus libros!

Con cariño,

Alba

Pensamos que quizá Alba pedía un poco demasiado.

Dicho esto, a veces resulta difícil saber qué es razonable y qué no lo es; lo que está a tono y lo que está fuera de lugar. ¿Por qué? La gente sobrestima su capacidad de comunicación. Lo que decimos no es necesariamente lo que los demás escuchan en realidad.

Un estudio de la Universidad de Stanford de 1990 demostraba este punto haciendo que la gente marcara con el dedo el ritmo de una canción popular. A quienes marcaban el ritmo, se les pedía que adivinaran lo bien que se les daría a los oyentes identificar la melodía. Estos pensaban que los oyentes acertarían en el 50 % de los casos. Al final, tan solo el 3 % consiguió identificar la canción con exactitud.

Podemos pensar que estamos marcando el ritmo de un tema de Sinatra y la persona que lo escucha puede estar oyendo a Sonic Youth. Y podemos pensar que estamos escribiendo un mensaje encantador y convincente a alguien que ocupa una posición de poder, y este último puede considerarlo impertinente e inapropiado.

Pero si estás seguro de que lo que pides es razonable, y piensas que tu receptor estaría de acuerdo, entonces he aquí algunas cosas que debes tener en cuenta.

Orientación

Pregúntate quién eres con respecto a la persona a la que estás a punto de pedirle algo. ¿Estás pidiéndole un ascenso a tu jefe? ¿Estás pidiéndole a un subordinado que retire su yogur caducado hace siglos de la nevera de la oficina? ¿Estás pidiéndole a un colega que te releve en una tarea que no eres capaz de terminar? No lo olvides, estás *pidiendo* algo: ponle el tono adecuado.

Más que un mensaje de correo electrónico

Considera la posibilidad de emplear estrategias que combinan distintos medios. Puedes presentarte por medio de una carta,

en la que anuncies que harás el seguimiento por teléfono, y a continuación, después de tu llamada, utilizar el correo electrónico para contestar a las preguntas que hayan podido surgir durante la conversación telefónica. El correo electrónico también es perfecto para un mensaje del tipo «apúntate esta fecha», pero la verdadera invitación debería llegar por correo postal.

Desde el principio

Intenta poner algo que llame la atención en tu línea de *Asunto*. Asimismo, haz tu petición al principio del correo electrónico. No des por hecho que la gente leerá tu mensaje hasta el final.

Sigue conectado

Si tienes un enchufe —un amigo en común que te ha «recomendado» o «instado» a ponerte en contacto—, el nombre de vuestro colega mutuo debería figurar entre las primeras palabras de tu línea de *Asunto*: «David: Evan me dijo que contactase contigo».

Concéntrate en algo

Pide una sola cosa. O pide muchas cosas que tengan que ver con una sola cosa. Pero no pidas varias cosas distintas. Por ejemplo, puedes hacer una docena de preguntas sobre manzanas, pero no hacer once preguntas sobre manzanas y una sobre granadas. (Ni siquiera una pregunta sobre manzanas y una sobre granadas.) Los mensajes mixtos son difíciles de archivar, difíciles de reenviar y difíciles de contestar.

Sé breve

Muy breve.

Pero no demasiado breve

Sé específico. Las peticiones imprecisas o incompletas constituyen uno de los mayores causantes de tráfico de correo electrónico. Observa lo siguiente:

Para: Óscar

De: Flora

Necesito encontrar a Rosa.

Ahora examina una petición de otra índole. Requirió unos segundos más escribirla, pero no provocó una cascada de preguntas a continuación: «¿Rosa, quién?», «¿Dónde trabaja?», «¿Quién tiene su teléfono?», «¿Se te puede dejar en el contestador?».

Para: Óscar

De: Flora

Necesito llamar a Rosa de la Agencia Efe esta semana. Creo que José tiene su número. ¿Por favor, podrías enviármelo por correo electrónico? Además, me vendría bien saber cómo se escribe su apellido y cuál es su cargo. Gracias.

Procura que destaque

Deja espacios. Cuando estés haciendo preguntas importantes en un mensaje, asegúrate de que no se quedan sumergidas dentro del texto. Límitalas a una frase. Resáltalo en un párrafo propio. Procura que haya suficiente espacio a su alrededor. Si estás haciendo varias preguntas, considera la posibilidad de emplear números o asteriscos para distinguirlas.

Empieza poco a poco

Cuando vayas a solicitar algo que requiera un tiempo considerable por parte de otra persona, puede ser útil pedirle antes

algo de menor envergadura. En 1966, los psicólogos Jonathan Freedman y Scott Fraser de la Universidad de Stanford les preguntaron a 144 amas de casa si permitirían que un «equipo de encuestadores» invadiera sus hogares durante dos horas para hacer una lista de los productos domésticos que utilizaban. A un primer grupo de mujeres se le rogó que aceptara la visita del equipo de encuestadores tras haberle pedido antes un favor menos oneroso: que contestaran a una breve encuesta sobre jabones. Al otro grupo se le pidió de buenas a primeras que le abriera sus puertas al equipo de encuestadores. ¿Encuesta sobre jabones más petición importante? El 53 % dijo: «¡Pues claro!». ¿Petición importante sin más? Tan solo el 22 % dio su acuerdo.

Nicolas Guéguen, el investigador francés mencionado anteriormente, llegó a la conclusión de que esta técnica de «meter el pie en la puerta» también puede aplicarse al correo electrónico. Guéguen envió por correo electrónico un largo cuestionario sobre dietas a una serie de personas. A algunas de estas les pidió que rellenasen el cuestionario tras haberles enviado una sencilla pregunta sobre ordenadores; a otras, se limitó a rogarles que completaran el cuestionario. Una vez más, la pregunta de aperitivo predispuso a los encuestados. Encuesta sobre dietas precedida de la pregunta sobre ordenadores: 76 %. Encuesta sobre dietas sin pregunta sobre ordenadores: 44 %.

Sé franco

No creas que estás siendo listo por enmascarar tu petición. Resulta descorazonador descubrir que lo que creías que era un intento de acercamiento genuino y amistoso no era, en realidad, más que un pretexto para lanzar una simple petición. Es mejor ser sincero desde el principio que sorprender a alguien con tus verdaderas intenciones.

Cómo cortarle el rollo a la gente en un par de mensajes

Hace relativamente poco tiempo, David recibió este mensaje de alguien cuyo nombre ha sido alterado:

Hola, David.

Espero que estés bien. Si no recuerdo mal, tenemos en común el estado de Oregón, así como nuestras respectivas temporadas en [información comprometedor suprimida]. Tengo mi propio negocio [...] y todo me va bien. Uno de mis clientes trabaja cerca de tu oficina [...] así que he pensado que igual podíamos tomarnos un café y ponernos al día durante alguno de mis viajes a Nueva York. Avísame si es posible.

Un saludo,

Gabi

Esta fue la respuesta que David envió con gran entusiasmo (pues Gabi le cae muy bien):

Querido Gabi:

Me alegro de saber de ti.

Sería estupendo. Avísame cuando sepas que vienes por aquí.

Como siempre,*

David

* Traducción literal de la expresión empleada en el texto original «*As ever*», que aunque no se utiliza de la misma manera en la correspondencia escrita en castellano, consigue transmitir la intención de los autores. (*N. de la T.*)

Y esto, lo que recibió a continuación:

David:

Que sepas que te llamaré y estoy deseando verte.

Mientras tanto, ¿podrías indicarme cuál es la mejor manera de que [el cliente de Gabi] se reúna, de manera informal, con [detalle comprometedor suprimido]? Lo pregunto porque trabajo para [el cliente] en el extranjero, pero no en Estados Unidos. [El cliente] se ha puesto en contacto conmigo esta mañana porque, como bien sabes, hay una gran consternación debida a [información comprometedor suprimida] [...] Creo que quiere establecer un diálogo y contestar a cualquier pregunta de frente; intentar abordar sus problemas desde otra perspectiva.

Muchas gracias.

Gabi

Así que ese era el motivo por el que Gabi le había contactado. Lo cual es perfectamente comprensible, pero ¿por qué no enviarle su petición en su primer acercamiento? «Hace siglos que no nos vemos... Espero que estés bien... Tengo una pregunta para ti...»

Colabora

Comunícate a tu destinatario que aceptas encargarte del seguimiento.

Y acércate en un momento que le resulte conveniente, algo fácil de olvidar cuando estás utilizando el correo electrónico. En nuestro mundo de 24 horas al día, 7 días a la semana, lo más probable es que el receptor vea tu correo al poco tiempo de enviarlo tú.

Algunos libros de negocios te recomiendan que intentes ponerte en contacto a horas extrañas, para estar seguro de acceder directamente con la PERSONA IMPORTANTE que buscas. No lo hagas. Lo más probable es que molestes a dicha persona importante, que sin duda está aprovechando ese valioso momento de tranquilidad al principio o final del día para conseguir hacer algo de trabajo. E incluso si no molestas, puedes pillar a esa persona en su PDA, lo que significa que tu mensaje corre el riesgo de ser abierto y, acto seguido, olvidado. Ante la duda, envía tu mensaje entre las nueve y las cinco, de lunes a viernes. Puedes hacerlo aunque escribas tus mensajes a las tres de la noche, pues muchos programas de correo electrónico tienen la opción de envío diferido. Puedes elegir esta opción para un solo correo o para todos ellos. (En algunos programas actuales, esta opción se encuentra en Opciones, o bien en Mensaje-Cambiar-Cola, pero estas cosas cambian constantemente.)

Recuerda que la gente tiende a leer sus mensajes más recientes primero, aunque tenga otros más antiguos sin abrir. Así que si estás enviándole múltiples mensajes a la misma persona, recuerda que tu destinatario probablemente lea el último en primer lugar. Esto significa que la cortesía de tu primer correo podría no servir de nada si los siguientes son demasiado bruscos.

¿Esto resulta molesto cuán?

R.: La gente lee de arriba abajo.

P.: ¿Por qué?

R.: ¡Los mensajes ordenados de abajo arriba!

P.: ¿Qué es lo más molesto de Internet después del correo basura?

Sé cortés

Hay más de una manera de ser educado, como bien señalan Penelope Brown y Stephen Levinson en *Politeness* [Educación] y conviene saber cómo resulta cada una de estas formas en un correo electrónico. El primer tipo de cortesía pone el énfasis en tu solidaridad con la persona a la que escribes y en tu conexión con esta: «Ambos sabemos...». El segundo tipo hace hincapié en tu papel de suplicante: «Sé lo ocupado que debes estar, pero...». Debido a la falta intrínseca de emoción de los mensajes, un poco de adulación nunca está de más, y a veces es necesario emplear formas extravagantes de cortesía. Pero la extravagancia no funciona para todas las situaciones. Exagerar la magnitud de la petición (tengo un favor *inmenso* que pedirte) resulta cortés; exagerar tu relación (dado que lo nuestro viene de lejos...) es peligroso y contraproducente.

Ser diplomático: cómo enviar una petición por correo electrónico a un cargo electo

Alison Clarkson, legisladora estatal en Vermont, Estados Unidos, recibe cada semana docenas de mensajes de sus electores y a veces miles de gente de todas partes del país que le escribe a petición de distintos grupos de interés. Ella lee todos sus mensajes, pero aun así le preocupa que alguna petición de uno de sus electores se pierda con la marea. Su sugerencia para cualquiera que escriba a su representante local, estatal o nacional, es la siguiente:

1. Dota a tu correo electrónico de características que lo hagan fácil de identificar. Clarkson busca, por ejemplo, mensajes que hagan referencia a ella por su nombre propio o que aborden un problema local real y de actualidad.

2. Mantén la calma. Los mensajes tipo que recibe empiezan habitualmente por la frase «Estoy indignado», y rara vez por la frase «Estoy preocupado».

Haz un seguimiento suave

Sé persistente, pero no pesado. Si no has recibido respuesta a tu petición, puedes volver a enviar tu mensaje original. Si lo haces, admite que esta es la segunda vez que lo envías y discúlpate por ello («Sé lo ocupado que estás...»). No te limites a reenviar el antiguo mensaje sin más o con un comentario de reproche («¿Por qué no has contestado a esto?»).

Ve con pies de plomo

Cuando estás en una situación de poder tienes que andarte con cuidado para no solicitar algo de forma accidental, sin darte cuenta de ello. Muchos hemos estado en situaciones en las que un jefe ha murmurado «Me pregunto cuántos...» o bien «Sería estupendo saber...», y en que ese murmullo se ha convertido en un proyecto de investigación que ha tenido ocupado a un departamento entero durante meses. Incluso cuando un jefe pide algo intencionadamente debe tener en cuenta aquello que haya pedido con anterioridad, pues corre el riesgo de que alguien le dé una prioridad distinta a las cosas de la que él o ella deseen.

Una salida elegante

La persona a la que escribes hoy probablemente sea alguien a quien quieras volver a escribir. Puede que tu primer acercamiento no haya dado fruto. Puede que no cierres el trato. Pero si le das a alguien una salida elegante, significa también que esa persona sigue siendo un contacto potencial. Y quién sabe, tu retirada puede hacer que consigas lo que quieres. Los investigadores han demostrado que proporcionarles a la gente una salida —diciéndoles que no tienen por qué hacer algo— la hace más propensa a acceder a una solicitud.

¿Qué entendemos por salidas elegantes? He aquí dos ejemplos.

En el caso de invitaciones:

Entendería perfectamente que no pudieras asistir. Las vacaciones [o lo que sea] son una época tremendamente atareada.

Para solicitudes de información:

Si no tienes esta información del todo a mano, siéntete libre de no responder a este mensaje y borrarlo sin más.

Y en todo tipo de situaciones:

No es necesario que respondas a este mensaje.

Una petición eficaz

Para que no creáis que hace falta tener un doctorado para saber cómo escribir un correo electrónico que exponga perfectamente sus objetivos, leed el siguiente, escrito por una niña de diez años llamada Emilia y destinado a su madre. ¿Su propósito?: «Sacar mi trasero del campamento y volver a casa». (El campamento dura ocho semanas; Emilia quiere volver a casa a mitad de este periodo, después del día de visita de la familia.) Pero también: «Evitar todo tipo de guerra con mamá». Anotad la manera en que declara exactamente lo que quiere y cómo termina con dos frases cuya intención es obtener una respuesta positiva.

Querida mamá:

Hoy hemos hablado por teléfono. No me ha gustado nada cómo ha ido. Estoy muy enfadada contigo. Quiero volver a casa después del día de visita. Conozco a muchos chicos que vienen al campamento durante cuatro semanas y que estarán de vuelta en casa de aquí al día de visita. Así que no me abu-

riré en casa. Y aunque nadie volviese, estaría feliz y emocionada de ir contigo a la oficina todos los días. Estoy contenta siempre y cuando esté contigo. Haré un trato contigo: si de verdad, de verdad sigo odiando el campamento de aquí al día de visita, entonces me dejas ir a casa contigo, pero tengo que intentar pasarlo bien. ¿Te parece un trato justo? A mí sí.

Emilia

La respuesta: una guía para contestar

Resulta agradable imaginar un mundo ideal en el que nuestras vidas consistieran en dar una orden tras otra sin que nadie nos pidiera nunca nada a cambio.

Agradable, pero prácticamente imposible.

El correo electrónico no ha hecho más que acelerar el flujo de peticiones, órdenes, ruegos, instrucciones y quejas que requieren nuestra atención. Como a la gente le resulta más fácil que nunca pedirnos cosas, a menudo lo hace de manera caprichosa y frívola. El mero hecho de contestar a sus peticiones puede resultar abrumador. Nuestros días están llenos de mensajes fáciles de contestar, de mensajes más difíciles de contestar —y que requieren más tiempo—, y de otros imposibles de contestar.

Y que nadie se equivoque: la gente espera una respuesta y espera que esta llegue pronto, independientemente de lo complicada que sea su petición. En una encuesta realizada entre oficinistas en el 2006, se les preguntaba si consideraban una grosería el hecho de no recibir una respuesta a un mensaje durante las tres horas siguientes a haberlo enviado. El 50 % afirmó que sí. Y es más, uno de cada veinte esperaba obtener una respuesta en los cinco minutos siguientes a haberlo enviado. Esta es probablemente la razón por la cual cada vez más oficinas están incorporando la mensajería instantánea a su cultura empresarial.

En el tipo de trabajo que tiene David, los mensajes que tienen un sí por respuesta son los más fáciles y se hacen enseguida. Para él no hay nada más sencillo que aceptar un artículo de opinión para su página editorial. Si lee un artículo que le encanta puede enviar un mensaje de vuelta en cuestión de minutos, contestando con entusiasmo y fijando una fecha de publicación.

¿Pero qué pasa cuando las cosas son más complicadas? Su experiencia es que los mensajes que más tiempo llevan son las respuestas a gente que ha presentado un borrador y cuyo texto no acaba de funcionar. ¿Cómo explicárselo al autor y darle sugerencias constructivas para arreglar los problemas? Redactar este tipo de mensaje requiere concentración y, por lo tanto, tiempo; y encima, si tiene una fecha límite, se agrava la situación, porque quien escribió el artículo está sentado en su casa sufriendo, preguntándose qué pasa con el ensayo que tan concienzudamente ha redactado.

Tres reglas incontestables para responder

1. Responde al principio, y no al final, del mensaje original. Es irritante abrir un correo electrónico... y no encontrar nada nuevo hasta haber recorrido sin fin el cuerpo del mensaje.

2. Si estás entrelazando tu respuesta entre los párrafos del mensaje original, asegúrate de que el destinatario puede distinguir tus palabras de las suyas. Utiliza marcas, colores o fuentes distintas, mayúsculas, minúsculas, lo que sea, y asegúrate de que tus marcas no desaparecen durante la transmisión. Ante la duda, haz una ronda de prueba con el remitente.

3. Verifica que la fecha y la hora que aparecen en tu respuesta son correctas. Si el calendario de tu ordenador está mal programado, tus mensajes acabarán en sitios misteriosos en las bandejas de entrada de la gente.

Diles en qué punto estás

Una manera de enfrentarse a situaciones espinosas es siendo, ya sabes, honrado. Dile a la persona cuya petición estés considerando que no la has olvidado, y que le contestarás tan pronto como tengas algo concreto que decirle. Si quieres darle una fecha límite y crees poder cumplirla, hazlo.

Sé expeditivo con las malas noticias

Para la mayoría de la gente lo más duro es decir que no. No nos gusta decir que no —y a la gente no le gusta oírlo—. En este aspecto, el correo electrónico nos anima a seguir nuestros peores instintos. Puede aislarnos de la situación y hacer que sea más fácil posponer la entrega de malas noticias. Esta estrategia suele acabar mal. Cuando es cuestión de un rechazo, una respuesta rápida casi siempre es de agradecer. Cuanto antes zanjes el asunto, mejor para ambas partes. Dejar una puerta abierta tampoco sirve de ayuda. Jack Welch, antiguo director de General Electric, cree que contestar a una petición hecha por correo electrónico con un tajante «No podemos esto, pero buena suerte», es mucho más amable que responder con un «Quizá» que nunca se hará realidad.

Pero no demasiado expeditivo

A pesar de todo, un par de advertencias:

La primera: intenta no enviar una mala noticia un viernes por la tarde. ¿Por qué arruinarle a alguien el fin de semana?

La segunda: ten en cuenta que un «no» realmente rápido puede rebotarte en la cara. Si contestas demasiado deprisa la gente puede desconfiar de tu respuesta. Ha habido ocasiones en que David ha recibido una propuesta, la ha leído, y a continuación ha enviado un rechazo al autor en el lapso de tiempo de, digamos, veinte minutos. Algunas veces ha recibido una respuesta agradecida —«Gracias por comunicármelo tan rápido. Gracias a tu pron-

ta respuesta he podido colocar mi artículo en otro periódico»—. Pero otras veces ha recibido un mensaje lleno de indignación alegando que su respuesta había sido *demasiado* rápida, que era imposible que en el tiempo dedicado hubiera leído, digerido y comprendido del todo las ramificaciones del plan en cuatro partes propuesto por el autor para conseguir la paz en Oriente Próximo.

Mantente a distancia

Otra ocasión en la que conviene evitar una respuesta rápida es cuando no eres el único en contestar y algún otro destinatario ocupa un puesto más alto que tú en la organización o es más competente en la cuestión. Puede que quieras ver lo que tienen que decir los demás antes de saltar al ring. Si lo que vas a decir ya ha sido dicho, entonces modérate. Como dicen en el Capitolio: «Todo está dicho, pero no por todos». Basta con un simple «Estoy de acuerdo». Y, a veces, ni siquiera hace falta.

A veces, por muy elocuente que sea el correo electrónico, es como si no existiera

¿Recuerdas el silencio? (Véase página 57.) Aunque puedas pensar que la falta de respuesta es tan grosera que nunca conviene optar por ella, hay ocasiones en las que es necesaria. Si alguien te envía constantemente comunicaciones ofensivas, a pesar de que le hayas rogado que deje de hacerlo, estás en tu derecho al no responder. Y si alguien te enoja tanto que piensas que no podrás responder sin perder los nervios, entonces es mejor que no contestes.

Otras ocasiones en las que las cosas te importan lo suficiente como para parar

Lo opuesto a una falta de respuesta es un exceso de respuesta: gente que no puede parar de responder. Para algunos, es la

necesidad de tener la última palabra. Pero, para otros, es como la profesora de música de *Sonrisas y lágrimas*, aquella que sigue saludando al público tras haber ganado el segundo premio en el Festival de Música de Salzburgo: sencillamente, no pueden evitarlo. Así que esta es la regla: resulta aceptable seguir confirmando y respondiendo mientras quepa la posibilidad de que haya un malentendido. Se puede ir incluso un paso más allá y marcar el final de una cadena de mensajes con un «Hecho» o «De acuerdo». O con un «Genial». Después, tienes que parar.

Cuando llegas realmente tarde

Antes de que te flageles por no haber contestado con rapidez a todos tus mensajes, recuerda lo siguiente: aunque el correo electrónico haya acelerado el modo de funcionar del mundo, nuestras pautas de correspondencia siguen siendo las mismas. El físico Albert-László Barabási llegó a esta conclusión cuando comparó el tiempo que les llevaba a Darwin y a Einstein contestar a sus cartas con el tiempo que les lleva a los usuarios del correo electrónico contestar a sus mensajes.

Descubrió que los famosos remitentes y los usuarios de correo electrónico seguían un mismo patrón de respuesta: el porcentaje de cartas y de mensajes, respectivamente, a los que contestaban con rapidez era idéntico, como también lo era el porcentaje de cartas y de mensajes que tardaban más tiempo en contestar y el porcentaje que quedaba sin respuesta. Pues vaya con la evolución.

Todos nos hemos visto alguna vez en la tesitura de no encontrar el momento, por un motivo u otro, de contestar a alguien. Y todos hemos sentido cómo la respuesta pendiente iba adquiriendo un peso especial: cuanto más tardas en contestar, más difícil te resulta hacerlo, pues tienes que incorporar a tu respuesta una explicación sobre por qué no has podido hacerlo

antes. A veces, este peso se hace tan difícil de llevar que hace imposible cualquier respuesta.

Nuestra filosofía es que si tienes el más mínimo interés en mantener una relación, siempre es preferible enviar una respuesta vergonzosamente tardía —e incluso una respuesta inadecuada— que no enviar respuesta alguna. En este aspecto, recuerda que la tecnología está de tu parte. La persona a la que has ignorado sin duda ha estado en tu misma posición en alguna ocasión. Al igual que tú, esta persona probablemente tenga también una bandeja de entrada a rebosar, una en la que resulta fácil perder de vista u olvidar algún que otro mensaje. Mucha gente se siente lo suficientemente desbordada como para ser comprensiva en caso de que tú no contestes en un plazo oportuno. Así que admite tu error. Discúlpate por haber metido la pata. Y límitate a enviar la maldita respuesta.

Cinco maneras de disculparse por un mensaje imperdonablemente tardío

1. Tengo la espantosa sensación de que se me ha olvidado contestar a tu amable mensaje...
2. Me ha entrado el pánico al darme cuenta de que se me ha olvidado contestarte...
3. Mil disculpas por haber tardado tanto en contestarte...
4. Soy una persona horrible y un amigo aún peor...
5. No tengo excusa por la grosería de no contestarte...

Reconciliarse

Por inadvertencia, David irritó a alguien en el trabajo, alguien a quien aprecia y admira. Así que, como aún no está del todo seguro de haber sido perdonado —¡es complicado!—, ahora se

da muchísima prisa en contestar cualquier mensaje proveniente de esta persona en un esfuerzo por arreglar las cosas que espera dé sus frutos. Peticiones que habitualmente pasarían a un segundo plano en la lista de prioridades reciben hoy por su parte una respuesta rápida y extremadamente cordial.

Merece la pena contestar cuanto antes y con particular entusiasmo a aquella gente con la que hemos tenido desencuentros o dificultades en el pasado. Es una forma simpática de dejarles saber que vuestro desencuentro anterior es agua pasada. Asimismo, si sientes que alguien está contactándote para confirmar o reforzar su relación contigo, devolverle un correo jovial le hará saber que compartes su visión sobre vuestra relación.

Aliviando la ansiedad

Conviene contestar lo antes posible cuando resulta evidente que tu interlocutor está ansioso. Los mensajes que preguntan: «¿Me comporté como un idiota en la fiesta de la oficina?», requieren una respuesta rápida, aunque no siempre una respuesta sincera.

Condolencias

Si te enteras de una defunción por correo electrónico, es perfectamente aceptable enviarle al remitente tus condolencias por este mismo medio, especialmente si crees que vas a coincidir con él o ella antes de que le llegue una carta por correo. Pero esto no debería impedirte enviar a continuación una carta de condolencias como Dios manda. Es más, tu mensaje debería decir algo así como: «Pronto recibirás una carta, pero quería que supieras enseguida lo mucho que lamento tu pérdida».

Invitaciones

Por algún motivo, las invitaciones por correo electrónico parecen menos importantes que las que recibimos en el correo pos-

tal. No obstante, en el ámbito de los negocios, estas se han convertido en la norma y requieren, por lo tanto, una respuesta rápida. Procede igual que lo harías con una invitación que te hubiera llegado por correo o por teléfono.

Asistente para cuando estás fuera de la oficina

Si sabes que no estás en posición de responder —y recuerda que medio mundo espera que lo hagas en unas pocas horas— no dudes en activar tu «Asistente para cuando estás fuera de la oficina». Todos los programas de correo electrónico tienen una versión de este asistente, el cual puede personalizarse para enviar un mensaje automático en respuesta a la gente que te escribe que diga, por ejemplo: «Aunque estoy en la oficina, estoy trabajando en un proyecto y quizá no pueda contestarte antes de la semana que viene». Este mensaje de cortesía sirve, cuando menos, para decirle a la gente que no debería tomarse a mal el tiempo que tardes en comunicarte con ellos.

Poner orden

Cuando empieces a sentirte sobrepasado por la cantidad de mensajes que te quedan por contestar, intenta reordenar tu bandeja de entrada haciendo clic en las distintas lengüetas. Si tu bandeja de entrada está organizada, por ejemplo, por fecha (de elementos recibidos), reordénala haciendo clic en la lengüeta *Remitente*, y puede que te des cuenta de que muchos de los mensajes son de una misma persona y de que podrías solucionar la cuestión mediante un único mensaje o una llamada telefónica. Re-organizar puede tener la ventaja adicional de permitirte ver tu bandeja de entrada de una forma muy diferente: mensajes que te has estado saltando pueden volver a cobrar importancia al ponerlos en un contexto nuevo. Además, resulta práctico reorganizar tu bandeja haciendo clic en la lengüeta *Tamaño* a fin de prestar atención a aquellos mensajes que

llevan adjuntos archivos de gran tamaño y han estado acaparando tu memoria.

(Dentro de poco, tu ordenador será capaz de realizar estas tareas por sí solo, ordenando tus distintas bandejas de manera personalizada y cada vez más sofisticada. Crear una tecnología más intuitiva para organizar el correo —así como mejorar los métodos de búsqueda y amalgamar todas las formas de comunicación— representa hoy la gran carrera espacial para las empresas de programas informáticos.)

¿Y qué haces cuando te ves completamente superado por el correo electrónico que recibes? De acuerdo con la revista *Wired*, esta es la estrategia que Lawrence Lessig, jurista especializado en todo tipo de asuntos digitales, emplea en situaciones desesperadas:

1. Compila las direcciones de correo electrónico de todas aquellas personas a las que no hayas contestado. Cópialas en el campo *Cco* de un mensaje nuevo que te enviarás a ti mismo.

2. Escribe una nota respetuosa que explique el aprieto en que te ves. Discúlpate efusivamente —Lessig llega a escribir cinco veces *mea culpa* en igual número de párrafos— y promete que en el futuro te pondrás al día con tus mensajes. Intenta sonar creíble.

3. Solicita que te reenvíen cualquier asunto particularmente urgente y asegura que le prestarás una atención especial a dichos mensajes.

Equilibrio

Un último comentario sobre las respuestas: la mejor manera de transmitir un tono neutral o globalmente positivo consiste en responder de acuerdo con el mensaje recibido. Un mensaje largo y dicharachero resulta conveniente a la hora de contestar a

un mensaje largo y dicharachero; una respuesta fragmentada equilibra una respuesta fragmentada.

Cuando la falta de tiempo u otros impedimentos hacen imposible encontrar un equilibrio, conviene reconocer la brevedad de tu respuesta con el fin de evitar una ofensa accidental. (Como apuntamos anteriormente, casi todo el mundo disculpa una respuesta lacónica cuando esta proviene de una PDA.) Frases como «A la carrera» o «Corriendo a una reunión» o «Continuaré», le indican al destinatario que le contestarías largo y tendido si pudieras, pero que no puedes.

Resulta especialmente importante ser sensible en este aspecto si sientes que el remitente ha trabajado duro en su mensaje inicial. Sí, claro, siempre puedes contestar a la propuesta de un subordinado con un simple «OK» o «No», pero eso no significa que deberías hacerlo. Aunque el remitente no espere que te equipares a él párrafo a párrafo, quizá aprecie, sin embargo, que se le reconozca el esfuerzo realizado. De hecho, cuando ocupas una posición de autoridad es cuando más analizan los demás tus palabras para buscar pistas que revelen la opinión que tienes de ellos.

Aunque, obviamente, esto depende en gran medida de tu cultura empresarial. Si el jefe es conocido por responder a menudo con respuestas de una o dos palabras, entonces es improbable que quien reciba algo así de su parte se ofenda. Si, en cambio, no es su estilo hacerlo, entonces puede que el receptor sí que se moleste. Nunca está de más insistir en ello: la clave está en ser congruente.

El equilibrio no se aplica solo a la extensión del mensaje, sino también a todo lo relacionado con el tono. Si en alguna ocasión tu respuesta es más fría o más formal que el mensaje original, puede que estés enviando —a propósito o sin querer— un mensaje distanciadador.

Piénsalo de la siguiente manera.

Le envías el siguiente mensaje a un colega:

Siempre es un gran placer verte, y disfruté muchísimo de la charla que diste en el seminario. Por cierto, ¿cómo se llama el poeta que citaste?

Tu colega te contesta:

Frost*.

Empiezas a preocuparte. De hecho, te sentirías mucho mejor si su respuesta hubiera sido:

Un placer verte para mí también. Era Robert Frost.

Los hechos: una guía (corta) para informar

Dado que las peticiones y las respuestas acaparan tanto nuestra atención, tenemos tendencia a olvidar uno de los usos más elementales del correo electrónico: sencillamente, transmitir información.

Cuando estamos informando no estamos pidiendo nada. No estamos solicitando ninguna respuesta. Estamos compartiendo información y no existe mejor manera de hacerlo de forma rápida y eficiente que a través del correo electrónico.

Pero la gente suele reaccionar a los mensajes de correo electrónico, así que no esperes que asuman que solo están siendo informados —y que no se les está pidiendo nada— a menos que lo dejes bien claro. Con añadir «Para tu información» basta para aclararlo. Por lo contrario, si esperas que el destinatario actúe procura especificarlo igualmente, aunque la

* Aunque se refiere al poeta Robert Frost, en inglés, *frost* significa también «escarcha» o «helada». Los autores juegan con este doble sentido para hacer hincapié en el carácter «helador» de la respuesta. (*N. de la T.*)

acción deseada solo consista en reenviar la información a otras personas.

Esta pequeña sección era solo para tu información. No requiere respuesta.

La gratitud: una guía para dar las gracias

Un agradecimiento es algo bastante elemental. Alguien hace algo bueno por ti y tú se lo reconoces, ¿correcto? Más o menos. He aquí algunos trucos para dar las gracias en un mensaje de correo electrónico.

Mantén las cosas a escala

El agradecimiento debería ser proporcional a la acción original. El correo electrónico es una manera estupenda de dar las gracias a la gente por pequeños detalles. Asimismo puede ser una forma estupenda de empezar a dar las gracias por cosas importantes. Pero en estos casos el correo electrónico no debería ser más que el primer paso. Deja que tu destinatario sepa que hay algo más a continuación. Suzy Welch, escritora especializada en economía y negocios y antigua editora de la revista *Harvard Business Review*, nos comentó que tanto su esposo Jack como ella son de la opinión de que «a veces no es suficiente con dar las gracias en un mensaje» y que conviene «reiterar los elogios durante una conversación». Según dice, no ha visto nunca «a Jack escribir un mensaje de agradecimiento o felicitación sin hacer después un seguimiento telefónico».

Da en el blanco

Asegúrate de que le estás dando las gracias a la persona adecuada y solo a ella. Si le das las gracias a alguien que no ha hecho nada, estás devaluando el agradecimiento. Si olvidas agradecerle

a alguien que sí que ha hecho algo, pues la verdad, la has fastidiado. Y si le agradeces de idéntica manera a quien haya tenido un pequeño detalle contigo y a quien haya hecho algo importante por ti, seguro que acabas con la moral de alguno de ellos con solo darle a la tecla.

En una ocasión un amigo nuestro se pasó dos años trabajando en un proyecto difícil. Cuando estuvo terminado, la persona que se beneficiaba de todo este trabajo envió un mensaje de agradecimiento. Una docena de personas estuvieron involucradas en el proyecto —algunas habían trabajado día y noche durante meses; otras solo habían prestado un par de horas de consejo—. No obstante, este tío incluyó a todo el mundo por igual en el campo *Para*. El cuerpo del mensaje decía: «Estimados amigos. Muchísimas gracias por el gran esfuerzo que habéis realizado. No tengo palabras para expresar cuánto os lo agradezco». Y eso era todo. Se trata de uno de esos casos en los que el remitente del mensaje *sí* que le había dicho a cada persona cuánto apreciaba su esfuerzo individual: muy poco.

Mensajes mixtos

Si estás dándole las gracias a alguien no aproveches para pedirle otra cosa. Dar las gracias y pedir no van bien juntos.

Un favor sigue siendo un favor

El correo electrónico convierte los pequeños favores en algo sencillo. Pero el hecho de que sean fáciles de hacer no significa que no merezcan un agradecimiento. Si alguien te reenvía algo, o te presenta a alguien, o te manda la información que has solicitado, asegúrate de dar las gracias convenientemente aunque te parezca que su buena obra solo le ha llevado un par de segundos.

Que pare esta locura

Por otra parte, no te vuelvas loco. Puedes darle las gracias a alguien por darte las gracias, pero la cosa debería parar ahí. Las cadenas de mensajes de agradecimiento tienen tendencia a seguir. Y seguir.

- Muchas gracias por tu ayuda con el proyecto, Carlos. Todo ha salido estupendamente.
- Gracias por tu amable correo, Daniel. Me alegro de que estés satisfecho con el resultado final.
- Bueno, en gran medida, es gracias a tu esfuerzo, Carlos.
- El placer es mío, Daniel.
- Aun así, Carlos, que sepas lo mucho que lo aprecio.
- Esperando volver a trabajar contigo.
- ¡Seguro!
- ¡Genial!
- ¡Qué bien!
- ¡Desde luego!

La postración: una guía para pedir disculpas

Todas las reglas que se aplican a los agradecimientos sirven también para las disculpas. Aunque con una gran diferencia. Puede que consigas salir airoso con un agradecimiento poco sincero. Pero no así con una disculpa poco sincera. Las personas que se han visto ofendidas tienen un nivel de tolerancia a las sandeces muy bajo. Ya sean disculpas falsas o disculpas evasivas, ninguna de ellas cuela. En este contexto, puede que haya ocasiones en las que incluso sea mejor que evites el correo electrónico. Pedir disculpas de verdad requiere decir la verdad, ser sincero, y siempre que sea posible, postrarse en persona ante el otro. A veces, ninguna otra cosa es suficiente.

Si te encuentras en la tesitura de pedir disculpas por algo serio por medio de un mensaje de correo electrónico (o en una carta o una llamada), llegarás mucho más lejos si utilizas la voz activa («He cometido un error» es mucho más eficaz que «Se han cometido errores») y asumes la responsabilidad («Lamento mucho haberte herido» es mucho más fuerte que «Lamento que te sientas herido»). Asimismo, es preferible que huyas de las salvedades. Ten cuidado con la palabra «pero», que a menudo introduce un argumento exculpatorio. Y conviene *proponer* siempre un plan de acción para intentar enmendar el daño que has hecho. En definitiva, sé breve. No se trata de ti. («Me siento tan mal que no he podido dormir; que no he podido concentrarme; que no he podido disfrutar lo más mínimo de la vida...»). Se trata de los demás.

Cuatro ideas acerca de pedir disculpas por correo electrónico

Decir que lo sientes en un mensaje es distinto que decirlo a través de otros medios. Antes de disculparte mediante ese procedimiento ten en cuenta lo siguiente:

1. *¿Estás seguro de que el correo electrónico es el mejor medio para pedir disculpas o te estás limitando a esconderte tras una pantalla de ordenador?* Esta es la prueba: si ni siquiera estás seguro de haber hecho algo mal y piensas que tu mensaje de disculpas merece un sincero e inmediato «Olvídalo» o «No seas tonto» o «No ha habido mal» o «Ni siquiera me había dado cuenta», entonces un mensaje por correo electrónico probablemente sirva. Sin embargo, si sabes que la infracción ha sido más seria puede que quieras disculparte a través de otro medio. ¿Por qué? Porque resulta tan fácil enviar un mensaje para excusarse que mucha gente no se toma este tipo de

disculpas en serio. (Cuando no recibes una respuesta a tu mensaje de disculpas, generalmente significa que se ha quedado corto).

2. *La velocidad y la comodidad del correo electrónico lo convierten en un medio fantástico para iniciar una disculpa.* El remordimiento es un plato que es mejor servir caliente. Recuerda, sin embargo, transmitirle a la persona a la que le pides disculpas que le pedirás perdón de otras maneras.

3. *Incluye la palabra «Perdón» o «Disculpas» en la línea de Asunto.* De lo contrario, puede que la parte agraviada nunca llegue a abrir tu correo electrónico.

4. *Esta es una de esas ocasiones en las que no es recomendable poner a nadie en copia sin permiso.* Puede que la parte ofendida quiera que todos sepan que te has disculpado —o puede que prefiera guardarlo para sí—. A veces una disculpa, cuando se pide públicamente, puede agravar un insulto. Empieza concentrándote en la persona afectada y, a continuación, pide permiso para ampliar la disculpa. «Te ruego disculpes mi comentario inapropiado durante la reunión y, por favor, comunícame si deseas que me disculpe ante todos los que estaban presentes». Es más, escribe tu disculpa dando por hecho que esta pueda ser reenviada sin tu permiso.

El correo electrónico ¡Uy!

Como ya hemos dicho, el correo electrónico nos hace a todos más susceptibles de cometer deslices y, a muchos, más impetuosos. De hecho la creciente cantidad de mensajes que manejamos aumenta enormemente las probabilidades de error. No es de sorprender, pues, que en esta era del correo electrónico haya aparecido una nueva categoría de disculpa: aquella que tienes que presentar cuando *tú* eres el cabeza de chorlito que ha difundido un ridículo mensaje desafortunado o que le ha en-

viado accidentalmente un mensaje a la persona a la que estabas poniendo a caldo por la espalda. En situaciones de este tipo, nuestro primer instinto es pedir perdón a través del mismo medio que nos metió en el lío inicialmente. Resístete a ese instinto.

Las tres normas principales que hay que seguir siempre que intentas pedir perdón por medio del correo electrónico

1. *El correo electrónico te metió en un lío, pero probablemente no te saque de él.* Admite tu culpabilidad de inmediato, preferiblemente en persona o por teléfono. Cuanto más grave sea el pecado cometido, más trivial resulta intentar enmendarlo por medio de un correo electrónico.

2. *No le eches la culpa al correo electrónico.* Puede que la función de autorrelleno le haya enviado tu mensaje a la persona equivocada, pero no olvides que *tú* eres quien lo escribió.

3. *Reza por que la persona ofendida haya cometido un error parecido y esté, por lo tanto, dispuesta a disculparte.*

El adhesivo social: una guía para conectar

No vamos por ahí, sin más, dándonos órdenes los unos a los otros, o contestando preguntas, o pidiendo disculpas, ni siquiera dando las gracias. Antes decimos «Hola», nos informamos de la salud de nuestro interlocutor. Es importante hacer lo mismo en un mensaje de correo electrónico. Los más eficaces consiguen ser claros y concisos, pero también amables. No se trata de dar la barrila; se trata de recordar ser agradable, especialmente si lo que estás a punto de decir puede resultar, de un modo u otro,

polémico o desconcertante. En este último caso, lo mejor es escribir algo amable al principio y al final del mensaje.

Dicho esto, algunos mensajes existen únicamente para fortalecer o confirmar una relación. Estamos hablando de los correos aparentemente superfluos, cuyo único contenido es un «¿Qué tal estás?», una recomendación para una película o un simpático mensaje sobre algo que sale de no se sabe dónde. Puede que estos sean los más esenciales de todos.