

El síndrome del correo electrónico

Jose Antonio Boccherini

Profesor de Sistemas de Información del
Instituto Internacional San Telmo

"**R**ecibo entre 150 y 200 e-mails al día. Para mí, el correo electrónico no es una ayuda, sino una carga y un trabajo añadido", "cada correo electrónico viene con un nuevo encargo y una tarea, no puedo con todo", "nos pasamos el día enviando y contestando correos y el trabajo se queda sin hacer",...

Es el síndrome del correo electrónico. Algunos estudios señalan que la productividad de los trabajadores está disminuyendo. También se habla de patologías adictivas: chequear el correo electrónico en reuniones, durante el fin de semana y las vacaciones, a todas horas. ¿No se supone que esto nos iba a ayudar a ser más productivos, a vender más e, incluso, a tener más tiempo libre? No en vano, nos lo venden como una "herramienta de productividad personal"...

Lo cierto es que el correo electrónico aporta funcionalidades nuevas que suponen un incremento notable de potencia en la capacidad de comunicación:

- Es gratuito.
- Es casi instantáneo.
- Se pueden enviar copias con gran facilidad.
- Se puede adjuntar cualquier tipo de documento (textos, imágenes, sonidos, ...)

¿No son ciertas las ventajas anteriores? Indudablemente sí. ¿Y no es una buena idea poder enviar un mensaje de forma

instantánea y sin coste a cualquier persona que conozcamos, en cualquier lugar del mundo? Entonces, ¿por qué nos quejamos?

Algunas de las quejas más frecuentes son:

- "El e-mail era maravilloso cuando sólo recibía 10 ó 15 al día. Con 150 ya no puedo". Primera conclusión, hay un problema de volumen. Consecuencia lógica, aunque no prevista, de la nueva potencia: si es gratis, inmediato, y se puede copiar a toda la empresa en un correo electrónico, el tráfico acaba aumentando.

- "Recibo muchos correos basura". Segunda conclusión: toda nueva tecnología aporta ventajas, pero también nuevas posibilidades para cometer fraudes y abusos. La potencia también está disponible para los tramposos. No es algo nuevo: el invento del automóvil facilitó mucho la huida a los ladrones tras un atraco y también generó, como efecto secundario, los accidentes de tráfico.

- "Recibo muchos correos que no debería recibir, la gente me envía copia por si acaso, para que esté informado o para quitarse la responsabilidad de encima". Tercera conclusión: tenemos que desarrollar nuevas normas sociales de comportamiento en el uso del e-mail. También aprendimos que no era correcto llamar por teléfono a una persona a las 12 de la noche, salvo por un asunto realmente urgente.

- "No es posible concentrarse en nada ni

Podemos soñar con un mundo sin correo electrónico, pero no seríamos realistas. El e-mail ha llegado para quedarse. ¿No será mejor aprender del directivo satisfecho cómo consigue sacarle partido?



Pancho Gutiérrez Cossío. *Cartas sobre un velador*. Museo Municipal de Bellas Artes de Santander.

avanzar: siempre están entrando e-mails urgentes con nuevas cosas que te rompen la planificación". Cuarta conclusión: tenemos que aprender una nueva forma de trabajar, de planificar y de gestionar prioridades.

- "Es muy fácil meter la pata: el otro día quería enviar un mensaje a mi novia y, por error, se lo envié a toda la empresa..."

Quinta conclusión: hay que saber controlar la potencia. También con el automóvil aprendimos que era conveniente no pasar de 120 y no tomar unas copas antes de conducir...

Hay también directivos que están encantados: "Recibo entre 100 y 150 correos al día y dedico una o dos horas a leerlos y a contestar. Pero en ese tiempo, la cantidad de asuntos que gestiono y resuelvo es enorme: me hubiera llevado un día entero hacerlo antes. Ahora soy mucho más productivo". Sexta conclusión: la utilidad del correo electrónico y su impacto en la productividad dependen de los hábitos de uso.

Podemos soñar con un mundo sin correo electrónico, pero no seríamos realistas. El e-mail ha llegado para quedarse. ¿No será mejor aprender del directivo satisfecho cómo consigue sacarle partido?

Lo que no dice el manual del correo electrónico: algunos consejos para ser eficaz

1. Al redactar y enviar correos:

- **Escoja el medio de comunicación adecuado.**

El correo electrónico no es el único ni siempre el mejor. Si el asunto es urgente, haga una llamada, no espere que la otra persona esté pegada al ordenador esperando su posible correo. Si quiere debatir un tema con un colega, quizás sea más práctico hablar directamente. Le será más fácil expresarle sus dudas de palabra que por escrito y si él no le ha entendido le podrá corregir sobre la marcha.

- **Piense en la persona que lo va recibir.**

Sea sintético y vaya con claridad a lo importante. Sea comprensivo: a lo mejor, su correo es uno de los 200 que recibe el destinatario. Si escribe cuatro páginas, lo más probable es que no lo lean.

- **Use adecuadamente el campo de "destinatarios" y el campo "con copia".**

Dirija el correo a la persona o personas que tienen que actuar, y envíe copia a las personas que deban estar informadas. Si hay mucha gente en el campo de desti-

Si quiere expresar a un compañero una opinión delicada sobre algo, dígaselo de palabra. Si lo hace por e-mail, es muy fácil que, tarde o temprano el correo acabe en la bandeja de entrada de la persona que jamás debía leerlo.

natarios, quizás nadie se sienta responsable de hacer nada. Pero no espere ninguna respuesta de las personas que están "en copia". Establezcamos como norma: "si le pongo en copia no espero ninguna respuesta de usted". Piense bien quién tiene que recibir el correo y sea restrictivo con la lista de destinatarios. No copie a media empresa sólo "por si acaso". No copie a su jefe en todos los e-mails "para que vea que estoy ocupándome". Posiblemente, agradecerá que tan sólo le envíe uno al final comunicándole que el tema está resuelto. Contribuirá a reducir el volumen de e-mails.

- **Sea prudente con lo que escribe.** Si quiere expresar a un compañero una opinión delicada sobre algo, dígaselo de palabra. Si lo hace por e-mail, es muy fácil que, tarde o temprano, el correo acabe en la bandeja de entrada de la persona que jamás debía leerlo. Recuerde que todo e-mail puede ser reenviado y que usted no controla el proceso.

- **Adapte los formalismos a la situación.** Si intercambia 10 e-mails semanales con una colaboradora cercana no hace falta que los empiece todos con "Estimada señorita López". Un e-mail que sólo diga "de acuerdo, nos vemos a las 10" es perfectamente adecuado, y ahorrará mucho tiempo.

2. Al leer y revisar el correo:

- **Planifique y acote su tiempo de dedicación al e-mail.** Nadie tiene derecho a exigir respuesta inmediata a un e-mail, así que no va a pasar nada porque responda al final del día. Apague el correo cuando necesita concentrarse para hacer un informe, o cuando revisa las cifras de ventas y planifica las acciones de la semana. Si lo tiene todo el rato encendido, con la alarma sonora conectada, no parará usted de mariposear de tema en tema sin avanzar en ninguno.

- **Lea cada e-mail sólo una vez.** Procure cerrar temas. Abra el e-mail, léalo y actúe: apunte una cita en la agenda, conteste, reenvíelo a alguien, ... Y después, borrar el e-mail o archívalo. ¡No lo deje para más tarde, porque lo tendrá que leer de nuevo! No siempre es posible, por supuesto, porque hay asuntos que exigen reflexión



Jan Vermeer de Delft. *Mujer leyendo una carta*. Rijksmuseum. Amsterdam.

En fin de semana o vacaciones, no mire su correo, a no ser que esté esperando algo urgente. Produce ansiedad o, incluso, patologías adictivas. Descanse y desconecte, en sentido literal; seguro que le hace falta y su familia se lo agradece.

o trabajo antes de contestar: apúntelos entonces como una tarea pendiente y siga revisando el correo. Luego priorice la lista de tareas resultante: los mensajes llegan en orden cronológico, no en orden de importancia. Uno de los directivos más eficientes que conozco consigue dejar al final del día sólo 15 ó 20 correos en su bandeja de entrada. "Lo que cabe en una pantalla". El resto los ha borrado o archivado, tras leerlos y, si hace falta, contestarlos.

- **Conteste a todos los e-mails en un plazo razonable,** a no ser que quiera usted hacerle saber a alguien que lo ignora (o que esté usted en el campo "con copia"). "No hay mayor desprecio que no hacer aprecio", reza el refrán. Es muy probable que la persona que le envía un correo considere una falta de respeto o de profesionalidad que usted no le responda. Un plazo razonable es entre 48 horas y cinco días, aunque depende de la situación. Si usted cree que, por ejemplo, le va a llevar más tiempo contestar al correo, porque tiene mucho trabajo o tiene que reco-

pilar información, ¡dígaselo! "Le responderé en las próximas semanas...". Y si no va a poder acceder a su e-mail durante una semana o más, programe un mensaje de respuesta automática informando de la situación.

• **En fin de semana o vacaciones, no mire su correo**, a no ser que esté esperando algo urgente. Produce ansiedad o, incluso, patologías adictivas. Descanse y desconecte, en sentido literal; seguro que le hace falta y su familia se lo agradece. Cuentan que Linda Dillman, la directora de Sistemas de Wal Mart, tenía la costumbre de llevarse el ordenador portátil a casa al final de la jornada, pero se dejaba a propósito el cargador en la oficina. Así se aseguraba que como máximo sólo podría trabajar una hora... Acostumbre a sus colegas, e incluso a su jefe, a que usted no contesta correos en vacaciones o fin de semana: lo acabarán aceptando. Si hay algo realmente urgente, seguro que le localizan en el móvil.

3. Al contestar y reenviar correos:

• **Utilice adecuadamente el botón "responder a todos"**. Una situación frecuente: la secretaria del Director General convoca por e-mail a los 100 empleados de la empresa a la convención anual, pidiéndoles que confirmen su asistencia. Pues, ¿no hay siempre unos cuantos que responden a toda la empresa: "yo asistiré", "yo no puedo, estoy de vacaciones" o "cuenta conmigo pero necesito hotel"? ¿Qué le importa eso a los restantes 99 empleados? ¿No tiene más sentido responder sólo a la secretaria del Director General, que es quien ha pedido la información? Podríamos dar más consejos y seguro que al lector se le ocurren otros. Lo importante es reflexionar y aprender a utilizar el correo de forma productiva, de forma que sea útil para usted y para sus colegas. Seguramente, tendrá que adquirir algún hábito nuevo y modificar otros. Si lo hace, irá viendo cómo, poco a poco, puede ser más productivo y se dará cuenta de que no es necesariamente una pérdida de tiempo.

ALGUNOS FRAUDES DEL E-MAIL:

- **Hoax**: mensaje falso que pretende ser real. Con frecuencia se utiliza para el robo de direcciones (véase cuadro en este artículo).
- **Phishing**: correos falsos, supuestamente emitidos por una entidad bancaria conocida, que generalmente piden al receptor que introduzca sus claves de acceso en una página web para reconfirmarlas porque, de lo contrario se bloqueará el acceso a su cuenta. Si el usuario cae en el engaño, el pirata habrá conseguido robárselas y tendrá acceso a su cuenta bancaria.
- **Spam**: mensajes no solicitados, habitualmente publicitarios, que se envían de forma masiva. Se estima que más del 70% del correo que circula en el mundo es spam.
- **Spoofing**: suplantación de identidad. El emisor del correo adopta una identidad falsa, simulando una dirección de correo de la entidad por la que se quiere hacer pasar. Suele utilizarse para vender productos falsificados o robar información confidencial.

EL ENGAÑO DE LOS CORREOS EN CADENA

Quién no ha recibido alguna vez un e-mail como el siguiente?

Asunto: Fw: NIÑO DESAPARECIDO

Por favor mira la foto adjunta y reenvíala. Les ruego a todos los que conocen este e-mail, o no, que envíen este correo al mayor número de personas conocidas posible. Tengo un hijo de 5 años de edad que está perdido desde el 11 de mayo.

Si alguien, en cualquier lugar, sabe algo o lo ha visto, por favor comuníquese con MERCEDES ARROYO FLORES Dpto. de Instalaciones y Mto Std SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO, S.A. (BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO), TLFNO: 91 774 95 41 Fax: 91 468 62 11 E-MAIL: MERARRO@SEGURCONTROL.COM Sólo tardará 2 segundos en enviarla, si fuera tu hijo desearías toda la ayuda que te pudieran prestar. Gracias de corazón.

Este correo es un ejemplo de "Hoax" (del inglés: engaño, bulo). Los hoax son mensajes que ponen en circulación los spammers (emisores de publicidad no solicitada) con el fin de recolectar direcciones válidas de correo. ¿Se ha preguntado alguna vez por qué recibe mensajes de gente que no conoce con publicidad, virus, etc? Es, entre otras razones, por los e-mails en cadena. Reenviarlos es la forma más segura de conseguir que, en poco tiempo, nuestro buzón y el de nuestros conocidos estén colapsados. En general, los correos cadena contienen mensajes humanitarios, angustiosos, que apelan a los sentimientos de la persona que los recibe. A veces, promesas increíbles de hacerse rico sin esfuerzo. Todos insisten en que el mensaje se reenvíe a mucha gente (sospechoso, ¿no?). En algunos casos contienen un número de teléfono para hacer una donación de un riñón, etc., que casi siempre es falso.

¿Qué hacer cuando se recibe un e-mail así?

- Lo primero es no reenviarlos nunca.
- Lo segundo, pida a quien se lo ha enviado que no le incluya en este tipo de correos.
- Si, a pesar de todo, su conciencia le apremia, compruebe primero si es cierto, pero sea escéptico: ¿no le extraña que un asunto así no haya salido ya por televisión?
- Si finalmente no puede evitar reenviar el mensaje, pegue el texto en un correo nuevo de forma que las direcciones de e-mail contenidas en el mensaje no se copien, y ponga a los destinatarios en el campo CCO (Copia oculta). De esta forma, los ladrones de datos no podrán hacerse con la direcciones de e-mail.
- Pero, de verdad, mejor no lo reenvíe nunca.