

¿Cómo pedimos por correo electrónico? Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático

How do we request by email? A model of textual, paratextual and pragmatic analysis

Pilar Robles Garrote

Università di Bologna (Italia)

pilar.robles@unibo.it

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo contribuir a la caracterización del correo electrónico de petición, a fin de proporcionar un modelo útil tanto para su análisis a nivel empírico, como para la enseñanza-aprendizaje de este género de interacción escrita. En primer lugar, se presentan someramente las particularidades que caracterizan este género a nivel textual. A continuación, se exponen las características paratextuales y las secciones que constituyen el entramado macroestructural del género (preapertura, apertura, núcleo y cierre), así como los diferentes movimientos que pueden presentarse en cada una de ellas, detallando las particularidades específicas cuando el propósito del texto es la petición. Posteriormente, se señalan algunos aspectos pragmáticos de los que depende la eficacia comunicativa del correo electrónico. Por último, se presenta un modelo de análisis específico del correo electrónico de petición que recoge sus principales características textuales, paratextuales y pragmáticas.

Palabras clave: Lingüística Aplicada, Pragmática, modelo de análisis, macroestructura, correo electrónico, acto de habla de petición

Abstract: The purpose of this article is to contribute to the characterization of the request email, in order to provide a useful model both for analysis at the empirical level, and for the teaching-learning of this genre of written interaction. First, the peculiarities that characterize this genre at a textual level are briefly presented. Next, the paratextual characteristics and the sections that constitute the macrostructural framework of the genre (preopening, opening, core and closing) are explained along with the different movements that can appear in each of them. The specific characteristics are detailed when the purpose of the text is the request. Also, some pragmatic aspects of the communicative effectiveness of email are discussed. Finally, a specific analysis model of the request email is presented which includes its main textual, paratextual and pragmatic characteristics.

Key words: Applied Linguistics, Pragmatics analysis model, macrostructure, email, speech act of request

1. Introducción

La petición, como acto de habla de carácter impositivo, requiere cierta atenuación de la fuerza ilocutiva que evite daños en la imagen del emisor y las

estrategias empleadas para lograrlo varían teniendo en cuenta los factores contextuales donde tiene lugar la interacción comunicativa. En contextos de comunicación oral, el lenguaje no verbal resulta de gran ayuda, pues proporciona al hablante diversas señales que permiten observar instantáneamente la reacción del interlocutor y saber si el mensaje ha causado un efecto negativo en el mismo. La interacción mediante un canal escrito, en cambio, presenta más dificultades de interpretación, puesto que carece de estas pistas que permiten detectar inmediatamente si algo está afectando a la eficacia comunicativa del mensaje.

Cuando una petición se formula por correo electrónico, además de las estrategias habituales, es preciso seguir ciertos protocolos textuales, paraestructurales y pragmáticos inherentes a este tipo de texto epistolar digitalizado, especialmente en contextos de distancia social con el interlocutor, pues si la petición se realiza omitiendo alguna parte fundamental en la macroestructura del género en el que se enmarca, por muchos atenuadores que se hayan aplicado a la misma, puede producir igualmente una percepción negativa en el emisor.

El objetivo del presente artículo es contribuir a la caracterización del correo electrónico de petición exponiendo un marco teórico que aborda las particularidades presentes en este tipo de escrito, y proporcionando un modelo de análisis que engloba sus principales características textuales, paratextuales y pragmáticas, útil tanto para su uso en investigaciones empíricas sobre este aspecto, como para la enseñanza-aprendizaje de este género de interacción asíncrona.

2. Características textuales del correo electrónico

El correo electrónico representa un término medio entre la comunicación escrita y la oral: más interactiva y transitoria que la palabra escrita, pero menos volátil que la comunicación oral; en pocas palabras, permite diversos niveles de formalidad, como la lengua oral, pero es permanente como la escrita (Lombardi, 2006: 2). No obstante, si bien el correo electrónico sigue presentando un registro más formal y un estilo más elaborado que otros géneros del discurso digital, la tendencia a la inmediatez en la recepción de los mensajes, más notable en aquellos usuarios que consultan el correo con el teléfono móvil, acentúa los rasgos de “coloquialidad”, informalidad o tolerancia al error (Vela Delfa, 2016: 63).

El lenguaje de los correos electrónicos es una fase de transición en la que confluyen los códigos y las diversas modalidades expresivas de la oralidad y la escritura, de tal modo que ni la una ni la otra pueden ser aplicadas completamente a la comunicación en red, sino que se hace necesario el uso de ambas (Peticca, 2002: 102). Por otro lado, la progresiva confluencia del correo electrónico con otros géneros del discurso digital, en particular con la mensajería instantánea, ha favorecido el filtrado de las tendencias propias del

estilo electrónico (Vela Delfa, 2006). Así pues, el correo electrónico se presenta como un formato abierto que se puede asociar con imágenes y sonidos, en el que se pueden combinar la escritura epistolar con otros códigos, pues puede contener archivos multimedia y enlaces de hipervínculos que permiten pasar del espacio privado de la propia bandeja de entrada a navegar por internet (Pistolessi, 2004: 123).

También en el registro se aprecia la combinación de rasgos de la comunicación escrita y la oral, pues, como apuntábamos anteriormente, la escritura en este medio está sujeta a las convenciones de la lengua escrita: corrección ortográfica y gramatical, selección léxica y estructuración del texto (Laborda, 2003).

La formalidad o el uso de un registro estándar, propio de buena parte de los mensajes escritos, permite que los mensajes tengan una organización adecuada. Sin embargo, la inmediatez y viveza de la comunicación en red, así como la familiaridad entre sus comunicantes, ha propiciado la combinación de rasgos de la lengua escrita y de la lengua hablada (Laborda, 2003 s.p.).

En este sentido, Belda Medina (2002: 48) reitera que la adopción de un cierto estilo y la inclusión de determinados caracteres dependen igualmente del destinatario, subrayando que muchos alumnos prescinden de los acentos en sus mensajes electrónicos cuando estos van dirigidos a compañeros y amigos, un hecho que se repite más claramente en los mensajes transmitidos a través de telefonía móvil.

Por otra parte, la distribución paratextual del correo electrónico se asemeja a la estructura epistolar de la carta tradicional, en la que se distinguen tres partes: encabezado (información sobre la fecha y el lugar), cuerpo del texto y firma (señala la identidad del remitente) (Nikleva y Núñez, 2013: 388-389). A continuación, señalamos algunos rasgos paratextuales del correo electrónico, en el que se indican únicamente las partes que contemplan la producción escrita por parte del emisor.

3. Características paratextuales del correo electrónico de petición

3.1. El asunto

El asunto es el espacio destinado para formular el tema del mensaje, que cumple las funciones del título y conduce a una interpretación por inferencia por parte del receptor, razón por la que debe ser redactado de manera eficaz para que sea leído de forma rápida y con interés por parte del destinatario (Bonilla Álvarez, 2005: 267). El lenguaje utilizado en este espacio ha sido objeto de bastante atención, debido a que es la primera cosa que atrae la atención del receptor del mensaje, junto con el nombre del remitente (Crystal, 2002: 117). Se trata de una frase corta que resume el contenido del texto y que permite al

destinatario hacerse una idea sobre su relevancia e interés, influyendo de forma significativa, por consiguiente, en la decisión sobre su lectura o, al contrario, su eliminación (Nikleva y Núñez, 2013: 389). Es optativo rellenar el campo destinado al asunto, pero es recomendable hacerlo tanto por cortesía con el interlocutor, como por el propio interés del remitente, pues la expresión clara y precisa del objeto del mensaje da impresión de seriedad y orden, y facilita su lectura (Laborda, 2003: s.p.).

3.2. El cuerpo del mensaje

La sección principal del correo corresponde al cuerpo del mensaje, cuyo contenido y extensión varía según su objeto; sin embargo, se suele preferir los textos breves a los extensos. Si se adjunta un archivo, es conveniente indicarlo y describir su contenido (Laborda, 2003).

Bonilla Álvarez (2005: 267) identifica en el cuerpo del mensaje del correo electrónico una estructura cuatripartita formada por saludo, texto, despedida y firma. Sin embargo, para Vela Delfa (2012: 84), el cuerpo del mensaje responde a una macroestructura tripartita, que coincide con la de otros géneros epistolares, organizada en tres secciones: *apertura* (saludo), *desarrollo del texto* y *cierre* (despedida); no obstante, el carácter interaccional del correo electrónico, dirigido a un interlocutor del que se espera, en la mayoría de los casos, una respuesta, y la agilidad de su temporalidad justifican su inclinación hacia unidades cercanas al ámbito conversacional, en las que se eliminan las secuencias de apertura y cierre, en el marco de la intervención:

La asiduidad en la comunicación de los locutores, el número de mensajes intercambiados en un día, el tema tratado y la relación de distancia social entre los interlocutores permitía ir inclinando la balanza de los intercambios hacia lo dialógico, manifestándose en la organización de las unidades. De esta manera, se ha ido forjando un prototipo de mensaje en el que se han eliminado las secuencias de aperturas, los cierres y otros elementos que resultan propios de los modelos asincrónicos, en favor de marcas propias de las intervenciones que constituyen un intercambio dialógico, como por ejemplo, los marcas apelativas (Vela Delfa, 2016: 70-71).

En efecto, cuando se produce un intercambio más acelerado de mensajes, la firma se suprime también con frecuencia al considerarla repetitiva, ya que el nombre del remitente aparece en el encabezado (Nikleva y Núñez, 2013: 389) e incluso puede reducirse a una sola frase, llegando a ser cada vez más breve, casi telegráfico, en particular si es de tipo informativo (Pano Alamán, 2009: 13; Pistolesi, 2004: 169). El único elemento obligatorio en el cuerpo del texto es que exista un mensaje de algún tipo (Crystal, 2002: 119) –una petición o solicitud, una reclamación, una información, etc.– mientras las secuencias de apertura o cierre pueden variar en diferente medida, como veremos a continuación. Estas

**¿Cómo pedimos por correo electrónico?
Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático**

últimas concentran un elevado número de marcas de interactividad y componentes expresivos, ya que se emplean como espacios destinados a condensar los elementos de cortesía que regulan el buen funcionamiento del intercambio (Vela Delfa, 2016: 72).

3.2.1. La apertura

Vela Delfa (2006: 646-650) sostiene que las aperturas de los mensajes de correo electrónico, además de la marca de saludo, presentan los siguientes componentes, que pueden presentarse aisladamente o combinados entre sí:

1. *La marca vocativa de apertura*: su función es denotar la relación que el enunciador establece con el coenunciador (*Querida X; Estimado X*).
2. *El nombre del destinatario*: establece la entrada del coenunciador materializando el valor del destinatario en una entidad concreta.
3. *El saludo*: marcas de apertura características del género (*Hola, Buenos días*).
4. *La pregunta de cortesía*: elementos que contienen una pregunta relativa al estado del interlocutor (*¿Qué tal?, ¿Cómo estás?*).
5. *Los signos dobles de carácter expresivo*: interrogaciones y admiraciones que sirven para marcar la funcionalidad expresiva (*¿Cómo estás??????*).

López Alonso (2003: 34-35) señala cuatro tipos de *encabezamientos* en las aperturas del correo electrónico: formal, oralizado, familiar y sin encabezado. En la Fig. 1 se presentan algunos ejemplos de la autora que representan los diferentes tipos.

TIPO	EJEMPLOS
1) Formal: en la línea de las cartas tradicionales entre colegas y siguiendo dos estilos de tratamiento pronominal: tú y usted.	– <i>Estimada colega: has sido nombrada para formar parte de la Comisión de [...]</i> – <i>Estimada C: me dirijo a Ud. Por indicación de [...]</i>
2) Oralizado: imita los modos de los diálogos <i>in praesentia</i> .	– <i>Hola, C, qué es de tu vida [...]</i> – <i>Hola C, te envío el artículo que me has pedido [...]</i> – <i>¿Qué tal C? Te escribo con prisa porque necesito que me envíes [...]</i>
3) Familiar	– <i>Vaya suerte, C, cómo te organizas los congresos [...]</i> – <i>Por favor, C me urge que me informes de los plazos de presentación de [...]</i>
4) Sin encabezado: se utiliza como entrada la dirección electrónica; son mensajes de un trato muy directo y de escritura rápida, casi telegráfica y, a veces, no cuidada.	– <i>No sé si estás informada de las fechas de publicación del Real decreto [...]</i> – <i>Te mando las asignaturas con los descriptores [...]</i>

Fig. 1: Encabezamientos en las aperturas del correo electrónico (López Alonso, 2003: 34-35)

3.2.2. El núcleo del mensaje en el correo electrónico de petición

El núcleo corresponde a la parte del mensaje donde el emisor concentra las estrategias para llegar a consolidar el objetivo específico del correo electrónico. Cuando el objetivo principal del correo electrónico es la implementación de un acto de habla directivo de carácter impositivo, como la petición, es preciso conocer los elementos que conforman su engranaje.

Blum-Kulka, House y Kasper (1989) distinguen tres mecanismos que integran la constitución interna de las peticiones:

- *Términos de alerta o alertadores*: su función es atraer la atención del interlocutor para enfocarla en la petición. En el contexto comunicativo del correo electrónico, los elementos de este tipo también podrían aparecer en la sección de preapertura mediante un asunto que sugiera que el objetivo del mensaje es una petición.
- *Acto nuclear de la petición*: es el acto o estrategia principal al que se refiere la petición y su presencia es ineludible para que pueda producirse el acto de habla. Las autoras distinguen tres tipos según el grado en el que la petición resulta más o menos directa: *directas* (peticiones realizadas con marcas sintácticas de carácter imperativo, performativo o con expresiones de deseo o necesidad), *convencionalmente indirectas* (peticiones realizadas mediante referencias a precondiciones contextuales necesarias para la ejecución de la petición, sugerencias o preguntas preparatorias) e *indirectas no convencionales* (pistas contextuales o peticiones realizadas de un modo no explícito mediante referencias parciales al objeto de petición).
- *Movimientos de soporte*: son movimientos ligados al acto nuclear de la petición que pueden ser, a su vez, de dos tipos: *modificadores internos* (movimientos que se producen en el mismo enunciado de petición y sirven para atenuar o intensificar la fuerza ilocutiva del acto de habla) y *modificadores externos* (movimientos adyacentes que se producen antes o después del acto nuclear).

Atendiendo al aprendizaje de este acto de habla como L2, el *Plan Curricular del Instituto Cervantes* (2006) presenta un inventario de funciones de la lengua muy completo en el que se explicitan, entre otras, las estrategias de petición en lengua española de un modo gradual, en función de los diferentes niveles de competencia lingüística del *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas* (2002). Este documento contempla los diversos tipos de petición y describe una gran variedad de estrategias para producir este acto de habla, incluyendo también algunas fórmulas de cortesía verbal que intensifican o atenúan su fuerza ilocutiva.

3.2.3. El cierre

Las zonas de clausura del correo electrónico contienen dos categorías, la despedida y la firma, que pueden presentarse en composiciones muy variadas: pueden aparecer juntas, optarse por una u otra o, incluso aparecer reduplicadas, sobre todo en el caso de la combinación de la firma manual y la automática (Vela Delfa, 2006: 651).

López Alonso (2003: 35-36) identifica cinco tipos de *fórmulas de despedida* en el cierre (formal con firma, formal sin firma, fórmulas de cortesía oralizadas, texto de despedida sin firma y texto en suspenso), que corresponden habitualmente a los tipos de aperturas anteriormente citados (véase Fig. 2).

TIPO	EJEMPLOS
1) Formal con firma en la misma línea o separada	– <i>Atentamente. J L.</i> – <i>Un saludo. F</i>
2) Formal sin firma	– <i>Un abrazo.</i> – <i>Quedo a la espera de tu/su contestación.</i>
3) Fórmulas ligeras de cortesía de carácter oralizado , a menudo sin firma	– <i>Hasta mañana/Hasta pronto.</i> – <i>Quedamos a tu vuelta de París.</i>
4) Texto sin despedida y sin firma —a veces, sin despedida y con firma—: el efecto puede ser doble (fijar al lector en el propio mensaje y dar paso a la interacción dialogal).	– <i>Prometo escribirte con más tiempo.</i> – <i>Mándame la dirección de Infoling.</i>
5) Texto en suspenso con expresiones en gran parte desligadas de la sintaxis de la oración, como si el enunciador pidiera la opinión e intervención del otro.	– <i>Bueno</i> – <i>En fin</i> – <i>Entonces</i> – <i>Veremos, a ver</i>

Fig. 2: Fórmulas de despedida en el cierre del correo electrónico (López Alonso, 2003:35-36)

Asimismo, en los correos electrónicos de petición, resulta conveniente incluir el agradecimiento. Sin embargo, las características inherentes a este acto de habla se adaptan al contexto de la interacción asíncrona, alterando el orden natural en la comunicación oral de actos de habla como el agradecimiento, que se produce de manera anticipada a la respuesta del interlocutor, que solo se conocerá tras el envío del mensaje. Y es que, a diferencia de las peticiones realizadas en la interacción oral, cuando la comunicación se produce por correo electrónico, la petición no solo se anticipa a la ejecución de la acción, sino también a la respuesta del interlocutor, pues, a diferencia de la conversación oral, la interacción comunicativa tiene lugar de modo asincrónico.

4. Características pragmáticas del correo electrónico

4.1. Consideraciones generales

El correo electrónico se apoya sobre todo en una escritura intersubjetiva y marcadamente contextualizada: en las interacciones privadas, cuando los intercambios se dan entre colegas cuya relación es íntima y entre amigos, las

secuencias son cotidianas y espontáneas y el mensaje es sintácticamente más sencillo, las expresiones generalmente coloquiales y el lenguaje común; en cambio, en contextos profesionales o cuando el correo se utiliza para ponerse en contacto con un desconocido o con una persona con quien se intercambian mensajes solo de vez en cuando, las secuencias son más formales, la sintaxis es cuidada y el léxico especializado (Pano Alamán, 2008: 136). De este modo, el carácter informal de los mensajes de tipo personal, donde escasea la puntuación y la acentuación mientras abundan los párrafos cortos, así como los sustantivos y los verbos, contrasta con el estilo más cuidado en los mensajes de tipo académico y profesional, en los que el remitente muestra mayor preocupación por la imagen proyectada al destinatario (Belda Medina, 2002: 52).

Laborda (2012: 4-5) alude a la relevancia de los factores extralingüísticos (las características de los interlocutores, la relación entre ellos, la intención de la interacción, el contexto y la situación); para atender a estos factores en la comunicación postal considera cinco principios:

1. *Tacto*: es la habilidad para conducir el trato con el interlocutor. Las partes discursivas en que se requiere un tacto especial son el inicio de una comunicación, su conclusión y la formulación de una petición. Se muestra tacto y cortesía mediante un doble recurso formal, al atender las convenciones comunicativas del género que se utiliza y al satisfacer de las expectativas formales del corresponsal.
2. *Confidencialidad*: los mensajes recibidos pertenecen a su autor y, por lo tanto, a él corresponde autorizar la utilización de su contenido y su literalidad. Ello no debe entenderse como un compromiso de secreto, sino de discreción.
3. *Cantidad informativa*: la frecuencia y extensión de los mensajes que están proporcionados a la relación permite que la comunicación sea satisfactoria. En este sentido, el laconismo o la exposición prolija son dos formas arriesgadas para una composición textual, tradicional o digital.
4. *Prudencia comunicativa*: la espontaneidad en la elaboración de mensajes no exime de la perdurabilidad que conlleva su naturaleza escrita. El mensaje enviado en un momento o una situación determinada puede ser consultado por el destinatario en otras circunstancias; pero el mensaje se conserva en la literalidad de sus términos. En consecuencia, es preferible una redacción prudente a una comunicación espontánea o vehemente en relaciones interpersonales y sociales. Lo que se escribe permanece y es preferible no poner a prueba la discreción del destinatario.
5. *Relevancia*: cada registro tiene unas características que le son propias, tanto en el estilo y el tema como en la intención comunicativa. El principio de la relevancia indica que es beneficioso tratar de lo que corresponde y del modo apropiado¹.

¹ Por ejemplo, el uso de emoticonos permite expresar las emociones y en los intercambios personales se suelen utilizar como recurso de cortesía valorizante; sin embargo, en un contexto de formalidad resultan inapropiados y pueden importunar a un interlocutor de mayor rango jerárquico.

4.2. La atenuación en el acto de habla de petición

Cuando la finalidad del correo electrónico es un acto de habla directivo de carácter impositivo, como la petición, su formulación requiere cierta atenuación de la fuerza ilocutiva, pues, de lo contrario, se dañaría la imagen del emisor. Por ejemplo, en un contexto de asimetría jerárquica, una petición formulada mediante el imperativo o sin atenuadores de la imposición muy probablemente proyectará una imagen negativa del emisor, más aún si hay una diferencia de rango en la que la posición del emisor es inferior a la del receptor de la misma. Por esa razón, es importante que, además de conocer los mecanismos que componen la petición, se tengan en cuenta las diferentes estrategias de atenuación de la fuerza ilocutiva necesarias para evitar emitir enunciados de petición descorteses o demasiado directos.

Briz *et al.* (2008: 190-192) expone algunos de estos mecanismos de la lengua española para atenuar las peticiones, que se presentan a continuación:

- Conjugar el verbo en condicional o imperfecto: *Quería hablar con Paco.*
- Usar verbos y adverbios modales: poder (en lugar de tener que o deber), querer, permitir, quizá, tal vez. La atenuación es mayor si se utilizan tiempos verbales futuros o condicionales: *¿te importaría? / sería posible / cabría la posibilidad / ¿tendrías un cigarro? ¿tendrás un cigarro?*
- Se puede también negar el supuesto de lo que se quiere pedir o preguntar: *¿No tendrás un cigarrillo?*
- Incluir en la petición el posible rechazo del interlocutor, expresar la improbabilidad: *por casualidad / en todo caso, etc. / Entenderé que no sea posible, pero, ¿podría volver a pensar en mi oferta?*
- Se evita la imposición también cuando se piden disculpas ante una interrupción, una pregunta, un favor: *perdone que lo moleste, pero le quería pedir...*
- Acompañar la petición de construcciones sintácticas condicionales que restringen lo dicho, muchas de ellas son fórmulas estereotipadas (si, en el caso de que). También presentan la misma función algunas estructuras temporales (cuando, el momento en que), puesto que ofrecen libertad temporal: *si no es mucha molestia / si no es mucho pedir / cuando le sea posible, en el caso de que le venga bien.*

Fuentes Rodríguez (2010: 78-82) también señala que las peticiones corteses implican el uso de un atenuante y, además del condicional y las interrogaciones, añade las siguientes estrategias como formas de cortesía de la petición:

- Imperativo: puede ser la norma si la relación es de poder o confianza y descortés en cualquier otro tipo de relación.
- Verbos como pedir, rogar o suplicar: *Le ruego/suplico que termine lo antes posible.*

– Verbos auxiliares (poder, importar, ser tan amable, etc.): *¿Le importa dejarme su DNI? ¿Sería tan amable de mostrarme el billete?*

– Uso del marcador por favor: *Por favor, deme dos barras de pan.*

– Afirmaciones aparentemente no relacionadas o fórmulas indirectas en las que se infiere la petición; lo que la autora denomina peticiones indirectas corteses: (no estaría de más, estaría bien): *Estaría bien salir un poco antes;* (sugerencias con *¿y si...? ¿por qué no?*): *¿Y si preparamos la cena? ¿Por qué no haces esta semana tu famosa tarta de fresas?*

– La combinación de la aserción con el condicional: *No estaría de más que..., estaría bien salir un poco antes.*

– Uso de *venga* o *anda* como modificadores del acto de manera coloquial: *venga, dámelo. Anda, deja eso y nos vamos.*

Por otra parte, cuando el contexto de la interacción comunicativa es de distancia social –especialmente en ámbitos laborales, institucionales, académicos, etc., con un interlocutor desconocido o de una posición jerárquica más alta– o si se trata de una petición de alto grado de imposición, además de exponer el motivo que nos lleva a realizar la petición, es conveniente justificar la razón de la misma encuadrando el contexto que la fundamenta. Se trata de proporcionar una argumentación sólida para demostrar que la petición es algo excepcional que no se realizaría si no fuera por motivos justificados.

Por ejemplo, cuando se trata de un correo electrónico de petición de alto grado de imposición a un profesor –por ejemplo, una carta de referencias, una variación extraordinaria del programa establecido, entregar algún trabajo fuera de plazo, etc.– aportar las razones de peso que obligan a justificar la petición resulta fundamental para no resultar descortés y evitar el deterioro de la imagen del emisor. En tal caso, indicar las razones de la petición de un modo demasiado breve –por ejemplo, mediante expresiones del tipo “por motivos personales” sin otra argumentación– podría provocar en el interlocutor una sensación de que la información aportada es insuficiente y no justifica la petición, sobre todo si esta no forma parte de las obligaciones del docente. Así, aportar una justificación o una explicación más amplia sobre el motivo de la petición podría considerarse como una estrategia de mayor cortesía (Robles Garrote, 2018: 156).

Asimismo, al igual que en el canal oralizado, a la hora de realizar una petición por correo electrónico, es preciso conocer, no solo las convenciones del género, sino también las convenciones culturales que rigen este acto de habla impositivo, pues las variaciones pueden producir malentendidos provocados por la diferencia de percepción de un mismo enunciado en diferentes países o culturas.

¿Cómo pedimos por correo electrónico? Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático

Por ejemplo, en España, cuando la distancia social es corta y en determinados contextos, como pedir en un bar o en una frutería, es frecuente utilizar el imperativo como estrategia de petición; no obstante, esta misma construcción resulta excesivamente directa y muy brusca en otras culturas, incluso en muchas de las que comparten el español como lengua de comunicación, pero que difieren en las convenciones pragmáticas. Así, el uso de este tipo de estrategia en un contexto en el que las convenciones culturales requieren estrategias menos directas puede ocasionar daños irreparables en la imagen del emisor de la petición, quien, sin ser consciente de ello, sería considerado un maleducado por resultar demasiado directo o grosero. A modo de ejemplo, Steele (2006), basándose en las investigaciones de Curcó (1998) y Curcó y De Fina (2002), pone en evidencia las consecuencias de esta diferente percepción de una misma estrategia en dos variedades de la misma lengua, español peninsular y mexicano:

Los mexicanos ven a los españoles como muy directos y groseros; por otro lado, los españoles ven a los mexicanos como demasiado amables y no muy claros. [...] Por ejemplo, los imperativos sin mitigaciones en las peticiones son vistos como bastantes descorteses por los mexicanos pero no por los españoles. Con el uso del diminutivo en la petición, los mexicanos la perciben como más cortés pero los españoles la perciben como menos cortés. Los investigadores explican que los mexicanos piensan que el diminutivo baja el nivel de la imposición de la petición; los españoles creen que el diminutivo es más irónico y relacionado con las interpretaciones negativas (Steele, 2006: 36).

Incluso, en ocasiones, el exceso de seguridad sobre las propias competencias comunicativas de un hablante nativo que habla el mismo idioma que su interlocutor puede ser el origen de los malentendidos, pues, cuando el código lingüístico no representa ningún obstáculo en la comunicación, se suele pasar por alto que también han de considerarse los códigos pragmáticos, diferentes en cada cultura; estos últimos determinan la selección de las estrategias para las diferentes funciones de la lengua y delimitan la percepción de sus enunciados y su adecuación al contexto comunicativo (Robles Garrote, 2020).

5. Un modelo para el análisis de correos electrónicos de petición

Para la elaboración del modelo de análisis propuesto se han tomado como referencia algunos de los conceptos de otros modelos previos, como la

propuesta de Sanz Álava (2005: 319), basado en el modelo CARS², que distingue las siguientes secciones y movimientos en el correo electrónico: asunto, saludo, introducción (presentación del emisor), núcleo (motivo del correo, razones de la valía del receptor) conclusión (necesidad de establecer contacto), despedida y firma.

En nuestro modelo se sigue parcialmente este esquema de macroestructura primaria y secundaria, añadiendo diversos submovimientos frecuentes en las peticiones formuladas mediante la interacción escrita, como el de *disculpa*, incluir explícitamente el posible *rechazo del interlocutor* (Briz et al., 2008: 191), el de *información adicional sobre el emisor* del correo electrónico del estudio de Al-Ali y Sahawneh (2008: 47)³, o el de *autoidentificación* o presentación de Chen (2001: 9). Asimismo, se han incluido dos categorías (*petición atenuada* y *petición sin atenuar*) que, si bien se cuentan entre las macroestructurales, no son características inherentes a la *dispositio* genérica del correo electrónico, sino que se refieren al modo de abordar la fuerza ilocutiva del acto de habla de petición en este medio digital de interacción.

En cuanto análisis específico de las estrategias de petición, se han incorporado otros submovimientos encontrados en el corpus analizado⁴, como *Justificar la razón de la petición*⁵ (no solo decir el motivo que nos lleva a realizar la petición, sino encuadrar el contexto que la justifica), *Reconocer la petición como un favor* (asumiendo así el alto grado de imposición de la petición) y *Apelar a la ausencia de culpa* (mediante el cual el emisor de la petición se exculpa señalando un problema ajeno a su voluntad como detonante de la petición, tratando de proteger su imagen).

En la Fig. 3 se expone el modelo para el análisis de la macroestructura primaria y secundaria del correo electrónico de petición propuesto.

M. PRIMARIA	M. SECUNDARIA		
SECCIONES	MOVIMIENTOS	SUBMOVIMIENTOS	EJEMPLOS
Preapertura	1. Asunto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asunto adecuado al contexto ▪ Resumen del contenido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Proyecto final.</i> ▪ <i>Ampliación de plazo del TFM.</i>

² El CARS, acrónimo en inglés de *Create a Research Space*, es un modelo de análisis creado por Swales (1990) con el fin de aplicarlo en el estudio de la estructura de los artículos científicos.

³ Modelo compuesto por nueve movimientos: apertura, autoidentificación, disculpa (anunciar la disculpa, dar razones), pedir, hacer referencia a documentos, fomentar la contribución, especificar información adicional, cierre cortés.

⁴ El corpus del estudio empírico al que se refiere el presente artículo forma parte de una investigación de mayor envergadura enmarcada en la tesis doctoral inédita de la autora (Robles Garrote, 2017).

⁵ Movimiento también contemplado en el modelo de análisis de la cortesía verbal de Brown y Levinson (1987), junto con otros submovimientos también presentes en nuestro modelo, como el uso de atenuadores para mitigar la imposición de la petición o el de otros actos de habla como el de disculpa o el de agradecimiento.

**¿Cómo pedimos por correo electrónico?
Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático**

Apertura	2. Saludo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saludo informal ▪ Saludo informal + nombre de pila ▪ Saludo semiformal ▪ Saludo formal + nombre de pila ▪ Saludo formal + título ▪ Saludo formal + título + apellido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Hola:</i> ▪ <i>Hola, Paula:</i> ▪ <i>Buenos días:</i> ▪ <i>Estimada María:</i> ▪ <i>Estimado profesor:</i> ▪ <i>Estimada profesora García:</i>
	3. Autoidentificación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre de pila ▪ Nombre + Apellido ▪ Información sobre el emisor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Soy Juan Carlos.</i> ▪ <i>Soy Asunción Rodríguez.</i> ▪ <i>Soy un estudiante de su curso de Traducción.</i>
Cuerpo del mensaje	4. Motivo del correo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exponer intención de pedir ▪ Explicar el contexto de la petición 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Le escribo para solicitar un aplazamiento.</i> ▪ <i>No me es posible entregar el TFM en el plazo fijado.</i>
	5. Petición	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Justificar la razón de la petición ▪ Apelar a la ausencia de culpa ▪ Petición atenuada (condicional, verbos o adverbios modales, etc.) ▪ Petición sin atenuar / directa ▪ Reconocer la petición como un favor ▪ Señalar comprensión ante una negativa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Por desgracia, estuve enferma [...].</i> ▪ <i>Debido a causas ajenas a mi voluntad, [...].</i> ▪ <i>¿Sería posible que le entregara el trabajo unos días más tarde?</i> ▪ <i>Quiero una ampliación del plazo.</i> ▪ <i>Sé que está en su derecho de no dejarme entregarlo.</i> ▪ <i>Entenderé que no pueda concederme una prórroga.</i>
	6. Información adicional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Especificar información adicional ▪ Señalar beneficios de conceder la petición 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Tengo varias dudas sobre el trabajo.</i> ▪ <i>De este modo, aseguraría la calidad de mi trabajo.</i>
	7. Disculpa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anunciar disculpa ▪ Reconocer culpa del contexto de petición 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Disculpe las molestias.</i> ▪ <i>Sé que esto es un error por mi parte, pero [...].</i>
Cierre	8. Enunciado de cierre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Despedida ▪ Agradecimiento + despedida 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cordialmente/Un saludo,</i> ▪ <i>Muchas gracias de antemano y un cordial saludo,</i>
	9. Firma	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre de pila ▪ Nombre + apellido (s) ▪ Letra inicial de nombre o apellido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Alejandro</i> ▪ <i>Pilar Rodríguez Vázquez</i> ▪ <i>P.R.</i>
Extensión	Nº palabras:		

Fig. 3: Modelo de análisis del correo electrónico de petición (elaboración propia)

En primer lugar, se establecen las secciones que componen la macroestructura primaria; en segundo lugar, se categorizan los movimientos realizados en cada una de las secciones y, posteriormente, se especifican los submovimientos, si existen varias posibilidades dentro de cada movimiento. En nuestro modelo de análisis distinguimos cuatro secciones: preapertura, apertura, cuerpo del mensaje y cierre.

La primera sección es la de *preapertura*, correspondiente al asunto del correo electrónico, que ha de ser adecuado al contexto y pertinente con respecto

al contenido del mensaje; le sigue la sección de *apertura*, regida por el cumplimiento de un mínimo protocolo marcado por el carácter epistolar del género, en el que se contempla el saludo, que puede ser formal, semiformal o informal, y puede incluir el nombre de pila del interlocutor, su apellido o su título profesional. Si existen dudas sobre el reconocimiento del emisor del correo electrónico por parte del receptor, también puede incluirse una presentación o algún modo de identificación del autor. Esta identificación dependerá también del grado de distancia social entre los interlocutores

A continuación, se da paso a la sección del *cuerpo del mensaje*, en el que se exponen los movimientos más frecuentes, como el motivo del correo y su objetivo principal, *la petición*, la explicación del contexto de petición o la justificación de la misma, que en ocasiones apela a la ausencia de culpa del emisor, presentando la petición como algo ajeno al mismo. La petición puede formularse sin atenuar o contener diversas estrategias pragmáticas para mitigar la imposición de este acto de habla impositivo, como el uso del condicional, los verbos o adverbios modales, etc. Otro modo de mitigar el impacto de la petición es presentando la petición como un favor y reconociendo la no obligación del interlocutor con respecto a la solicitud o mostrando comprensión ante una negativa del interlocutor. Una vez se ha expuesto la petición se puede aportar *información adicional* para tratar de preservar la imagen del emisor mediante una argumentación más extensa de la petición o señalando los beneficios de conceder la petición. Cuando el emisor expone una negligencia por su parte, reconociéndose culpable del contexto de petición, surge otro movimiento que implica el acto de habla de *disculpa*, cuyo orden dentro del cuerpo del mensaje puede ser variable.

La última sección es la de *cierre*, en la que se concluye el mensaje mediante un enunciado de cierre, en forma de despedida y/o agradecimiento y la firma, que como el saludo puede incluir nombre y apellido, en contextos más formales, o solo el nombre de pila o las iniciales.

Por último, en el modelo de análisis también se incluye un espacio para el recuento del número total de palabras que conforman cada correo electrónico con el fin de poder observar la extensión de los mismos, por si se considerara que esta variable pudiera incidir en las estrategias utilizadas.

6. Conclusiones

El objetivo del presente artículo es presentar un modelo de análisis específico del correo electrónico de petición que trata de exponer detalladamente sus principales características desde diversas perspectivas.

En el plano textual, la principal particularidad que define el género del correo electrónico es un carácter híbrido en el que se combinan el registro, estilo y estructura textual de la escritura epistolar, adaptados al contexto virtual de comunicación, con ciertos rasgos propios de la oralidad.

**¿Cómo pedimos por correo electrónico?
Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático**

Desde la perspectiva paratextual, en el modelo propuesto el correo electrónico de petición presenta una macroestructura cuatripartita (preapertura, apertura, núcleo y cierre) que comprende nueve movimientos (asunto, saludo, autoidentificación, motivo del correo, petición, información adicional, disculpa, enunciado de cierre y firma) que detallan las particularidades específicas de este tipo de texto cuando el propósito final es la petición.

En cuanto al nivel pragmático, se subraya la importancia de conocer tanto las características inherentes al género como las convenciones culturales que rigen la petición, objetivo central del núcleo del mensaje, pues se trata de un acto de habla impositivo cuya fuerza ilocutiva precisa de recursos de atenuación que eviten un efecto descortés.

De la adecuada selección de las estrategias textuales, paratextuales y pragmáticas reseñadas dependerá la eficacia comunicativa del correo electrónico petición. De este modo, el modelo de análisis presentado puede resultar de gran utilidad tanto para su uso con fines didácticos en la enseñanza-aprendizaje de este género de interacción asíncrona como en el ámbito académico-científico mediante su aplicación en futuras investigaciones empíricas sobre este aspecto.

Bibliografía

- AL-ALI, Mohamed Nahar. y Meera B. SAHAWNEH (2008): "An investigation into the generic features of English requestive e-mail messages". *LSP & Professional Communication*, 8, 2, 40-64.
- ALBELDA MARCOS, Marta y María Jesús BARROS GARCÍA (2013): *La cortesía de la comunicación*. Madrid: Arco/Libros S.L.
- BELDA MEDINA, José R. (2002): "La comunicación en español a través del correo electrónico". *Revista de Investigación Lingüística*, 2 (5), 39-59.
- BONILLA ÁLVAREZ, Sebastián (2005): "Correo electrónico y escritura digital: Normativa lingüística y estrategias pragmáticas". *LEA: Lingüística Española Actual*. 27, 2, 249-272.
- BRIZ GÓMEZ, Antonio (Coord.), Marta ALBELDA MARCO, M^a José FERNÁNDEZ COLOMER, Antonio HIDALGO NAVARRO, Raquel PINILLA y Salvador PONS BORDERÍA (2008): *Saber hablar*. Madrid: Santillana Ediciones Generales, S.L.
- BLUM-KULKA, Soshana, Juliane HOUSE y Gabriele KASPER (Eds.) (1989): *Cross-cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex.
- BROWN, Penelope y Stephen LEVINSON (1987): *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CHEN, Chi-Fen Emily (2001): "Making e-mail requests to professors: Taiwanese vs. American students". Conferencia presentada en el *Annual Meeting of the American Association for Applied Linguistics*, St-Louis, Missouri.
- CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Instituto Cervantes, Ed. Anaya. [en línea], disponible en <<http://cvc.cervantes.es/obref/marco>> [consultado en marzo de 2020].
- CRYSTAL, David (2002): *El lenguaje e Internet*. Edición española. Madrid: Cambridge University Press.
- CURCÓ, Carmen (1998): "¿No me harías un favorcito?: Reflexiones en torno a la expresión de la cortesía verbal en el español de México y el español peninsular", en H. Haverkate, G. Mulder, y C. Fraile Maldonado (eds.): *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos*. Amsterdam/Atlanta, GA: Rodopi, 129-171.
- CURCÓ, Carmen y Anna DE FINA (2002): "Modo imperativo, negación y diminutivos en la expresión de la cortesía en español: El contraste entre México y España", en M. E. Placencia. y D. Bravo (eds.): *Actos de habla y cortesía en español*. Manchen: LINCOM Europa, 107-140.

**¿Cómo pedimos por correo electrónico?
Un modelo de análisis textual, paratextual y pragmático**

- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (2010): *La gramática de la cortesía en español/LE*. Madrid: Arco Libros S.L.
- INSTITUTO CERVANTES. (2006): *Plan curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español*. Madrid: Instituto Cervantes, Biblioteca Nueva. [en línea], disponible en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/default.htm [consultado en marzo de 2020].
- LABORDA, Xabier (2003): "Estilo y cortesía en el correo electrónico". *Tonos digital. Revista electrónica de estudios filológicos*, 6. [en línea], disponible en: www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Laborda.htm [consultado en marzo de 2020].
- LABORDA, Xabier (2012): Correo docente y prestigio digital. *RED-DUSC. Revista de Educación a Distancia – Docencia Universitaria en la Sociedad del Conocimiento*, 6. [en línea], disponible en <http://www.um.es/ead/reddusc/6>
- LOMBARDI. Gianni (2006): *Come si fa a comunicare con la posta elettronica*. Milano: Tecniche nuove.
- LÓPEZ ALONSO, Covadonga (2003): "El correo electrónico", en C., LÓPEZ, Covadonga y Arlette SÉRÉ, (eds.): *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- NIKLEVA, Dimitrinka y Pilar NÚÑEZ (2013): "El correo electrónico como género discursivo: percepciones y habilidades para su composición en estudiantes universitarios". *Revista Española de Lingüística Aplicada RESLA*, 26: 385-407.
- PANO ALAMÁN, Ana (2008): *Dialogar en la Red: la lengua española en chats, e-mails, foros y blogs*. Berna: Peter Lang.
- PANO ALAMÁN, Ana (2009): "Diálogo y lengua española en contextos de comunicación mediada por ordenador", en D.R. Miller (ed.) *Quaderni del CeSLiC. Occasional papers*. Bolonia: Centro di Studi Linguistico-Culturali (CeSLiC), 3-24. [en línea], disponible en: 10.6092/unibo/amsacta/2547 [consultado en marzo de 2020].
- PETICCA, Sara (2002): *Il liguaggio dell'e-mail*. Soveria Mannelli (CZ): Rubbettino Editore Srl.
- PISTOLESI, Elena (2004): *Il parlare spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*. Padua: Esedra Editrice.
- ROBLES GARROTE, Pilar (2017): *Perspectivas de análisis pragmático de correos electrónicos de petición. Estudio contrastivo en italiano y español L1/L2*. Tesis doctoral (inérita). Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- ROBLES GARROTE, Pilar (2018): La competencia pragmática en la comunicación digital: reflexión sobre la (in)adecuación en correos electrónicos del ámbito académico, en E. Álvarez, E. y J. Blasco (eds.). *Humanidades Digitales, Retos, Recursos y Nuevas Propuestas*. Valladolid: Agilice Digital. 151-160. [en línea], disponible en <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/32002> [consultado en marzo de 2020].

- ROBLES GARROTE, Pilar (2020): "Conciencia pragmática y afinidad lingüística: análisis de cortesía verbal en correos electrónicos de estudiantes universitarios españoles e italianos". *RILCE. Revista de Filología Hispánica*, 36.2, 724-748. [en línea], disponible en <DOI 10.15581/008.36.2.724-48>
- SANZ ÁLAVA, Inmaculada (2005): *El español profesional y académico en el ámbito de la ingeniería civil. El discurso oral y escrito*. Tesis doctoral. Valladolid: Universidad de Valladolid. [en línea], disponible en: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/9817>> [consultado en marzo de 2020].
- STEELE, Clarissa R. (2006): *The effect of study abroad on the acquisition of pragmatics: a comparison of requests made by L2 spanish graduate students*. Tesis de máster. Ohio: Bowling Green State University.
- SWALES, John (1990): *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press
- VELA DELFA, Cristina (2006): *El correo electrónico. El nacimiento de un nuevo género*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. [en línea], disponible en <<https://eprints.ucm.es/7400/1/T29391.pdf>> [consultado en marzo de 2020].
- VELA DELFA, Cristina (2012): "Análisis pragmático del asunto en los correos electrónicos: ¿son relevantes nuestros mensajes?". *Ogigia*, 11, 79-95. [en línea], disponible en <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3824468.pdf>> [consultado en marzo de 2020].
- VELA DELFA, Cristina (2016): "Una aproximación del correo electrónico desde una perspectiva diacrónica: evolución y asentamiento de un género discursivo". *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 17, 55-78. [en línea], disponible en <<https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/4004>> [consultado en marzo de 2020].

Fecha de recepción: 13/12/2019

Fecha de aceptación: 17/07/2020