


## Clasificación, preferencia y percepción de los asuntos de correos electrónicos de estudiantes universitarios chinos y españoles

David Rodríguez Velasco

Queen Mary, University of London (Reino Unido) ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/clac.82526>

Recibido: 14 de junio de 2022 • Aceptado: 4 de noviembre de 2022

**Resumen:** El asunto es una categoría textual que mantiene una estrecha relación con el cuerpo del mensaje y combinada con otros datos de la cabecera, como la fecha y el emisor, permite resumir el contenido del mensaje de forma objetiva. Numerosas investigaciones han investigado su contenido, longitud e impacto en el receptor, no obstante, estos resultados son mixtos. El presente trabajo analiza la preferencia de uso, la función y el efecto que este posee en la comunicación mediada por ordenador (CMO) en un contexto académico. Para ello, primero se observaron y clasificaron 262 asuntos en búsqueda de los usos y las preferencias de los estudiantes universitarios españoles (n = 38) y chinos (n = 224) al comunicarse con un miembro de la facultad y después se contrastaron con la percepción de un grupo de docentes (n = 14) en cuanto a su adecuación y relevancia al contexto. Los resultados muestran una tendencia hacia la omisión del asunto en ambos grupos. En aquellos casos en los que sí se utilizó, tanto españoles como chinos prefirieron hacer referencias al contenido del mensaje. La percepción de los docentes mostró la necesidad de instruir a los alumnos en una correcta redacción de correos electrónicos.

**Palabras clave:** lingüística de corpus; asunto; correo electrónico; estudiantes universitarios.

### ENG Classification, preference and perception of Chinese and Spanish university students' subject lines

**Abstract:** The subject line is a textual category that maintains a close relationship with the body of the message and combined with other data in the header, such as the date and the name of the sender, allows the content of the message to be summarized objectively. Subject lines have been largely studied in relation to its content, length and impact on the recipient, however, the results are mixed. The present work aims to analyse the preference of use, the function and the effect that the subject line has in the computer-mediated communication (CMC) in an academic context. To analyse and classify the uses and preferences of the subject lines, 262 emails sent by Spanish (n = 38) and Chinese (n = 224) university students to a member of the faculty were studied and contrasted with the perception of a group of teachers (n = 14) in relation to its suitability and relevance to the context. Results show a tendency towards its omission in both groups. When used, both Spanish and Chinese students preferred to make references to the content of the message. The analyses of teachers' perception showed the need to instruct university students in the correct writing of emails.

**Keywords:** corpus linguistics; subject line; email; university students.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Investigaciones previas. 3. Metodología. 3.1. Participantes. 3.2. Herramientas empleadas para el análisis de los datos. 4. Resultados. 4.1. Análisis y distribución de los asuntos. 4.2. Análisis de la percepción de los docentes. 5. Interpretación de los resultados y conclusiones. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Rodríguez Velasco, D. (2025). Clasificación, preferencia y percepción de los asuntos de correos electrónicos de estudiantes universitarios chinos y españoles. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 102 (2025), 215-224. <https://dx.doi.org/10.5209/clac.82526>

## 1. Introducción

El correo electrónico “se ha convertido en uno de los géneros de internet más usados y asentados en las prácticas discursivas cotidianas” (Vela Delfa, 2018, p. 114). En el campo académico, es el medio que más emplean y prefieren los docentes para comunicarse con sus estudiantes (Rodríguez Velasco y Ainciburu, 2020). Este ha revolucionado el procedimiento en el que los estudiantes interactúan con sus profesores y ha aumentado la capacidad de trabajo del profesor, antes limitada a los encuentros presenciales. A pesar de su naturaleza asincrónica, la comunicación por correo electrónico también puede exhibir características del discurso oral, ya que se considera un género híbrido (Crystal, 2006). Estas características lingüísticas, combinadas con la influencia de las redes sociales y su estilo de comunicación rápido y conciso, han repercutido en las características dinámicas y lingüísticas de los intercambios comunicativos entre estudiantes y profesores (Robles Garrote, 2020; Rodríguez Velasco y Ainciburu, 2020). Así mismo, dichas características también han trascendido en las competencias pragmáticas de los estudiantes, donde al observar su estilo comunicativo, tanto nativos como no nativos, no siempre son capaces de adaptarlo al contexto (Betti, 2013; Rodríguez Velasco y Ainciburu, 2020).

Un componente esencial de todo correo electrónico adecuado es la línea del asunto. Esta categoría textual mantiene una estrecha relación con el cuerpo del mensaje y combinada con otros datos de la cabecera, como la fecha y el emisor, permite “resumir el contenido del mensaje de forma objetiva. Es opcional, pero recomendable porque sirve para introducir el contenido” (González Berrio, 2020, p. 52). El asunto “debe utilizar tan solo unas pocas palabras, pero estas deben ser acertadamente elegidas para que el destinatario comprenda a qué se refiere el mensaje” (Hu, 2020, p. 48). Además, puede ser un elemento decisivo a la hora de decidir si se quiere abrir el mensaje, cuándo leerlo o si eliminarlo (González Berrio, 2020; Hu, 2020). En este sentido, Vela Delfa (2006) determinó que la labor del asunto del correo electrónico cumple con dos actividades concretas: (1) permitir que se clasifique el mensaje para un determinado grupo o tipo de correo concreto: correo personal, de listas, profesional, publicitario, etc. (2) mostrar las secuencias de encadenamiento entre los mensajes a través de la seña identificativa “Re”.

Dos factores que influyen en el impacto que tendrá el mensaje en el receptor son la longitud del asunto y su funcionalidad. Debido a la limitación de espacio que presenta el buzón de los correos, aquellos asuntos que tienen una longitud o extensión excesiva pueden quedar cortados (ej. *Te envío el nuevo documento sobre el tema del...*), lo que termina afectando la claridad y la pertinencia del mensaje; y es por ello por lo que se recomienda redactar asuntos que sean lo más claros, breves, relevantes y concretos posible para que solo muestren la información más importante (Crystal, 2006). También es relevante mantener el uso continuado del mismo asunto si se inicia una conversación a partir de la respuesta obtenida por parte del destinatario, sin hacer ningún tipo de modificación en cada nuevo mensaje que se envíe, puesto que así el hilo del mensaje se ubicará en posiciones continuas y se tendrá aún más claridad sobre el mensaje comunicado. Es así como la funcionalidad dada a esta sección puede en ocasiones llegar a perjudicar su importancia debido a que, si bien “suele aseverarse que el asunto consiste en una breve descripción del contenido del mensaje al que acompaña [...], la relación establecida entre el texto y el asunto no siempre es descriptiva o acumulativa” (Vela Delfa, 2006, p. 295).

Formalmente, el cuerpo del mensaje y el asunto conforman dos secciones diferenciadas, cada una de las cuales cumple con unas funciones propias. No obstante, “es posible ignorar la función de identidad de la línea de asunto y utilizarla como elemento introductorio del mensaje” (Crystal, 2006, p. 104), tal y como se muestra en el siguiente ejemplo:

*Asunto:* “Profesor Pedro Rodríguez Torres”.

*Cuerpo del mensaje:* “Me llamo Isabel, soy una alumna de segundo curso.”

La falta de instrucción explícita en la redacción de los correos electrónicos por parte de los centros educativos provoca que los estudiantes suelen encontrar dificultades a la hora de adecuar contextualmente sus mensajes (Betti, 2013; Robles Garrote, 2017; 2020; Rodríguez Velasco, 2019; Rodríguez Velasco y Ainciburu, 2020). Es por ello por lo que, con este estudio se pretende, por un lado, observar y clasificar los asuntos escritos por estudiantes españoles y chinos en un contexto comunicativo académico para determinar si existe una preferencia por su presencia u omisión y examinar las diferentes categorías y posibles similitudes en los usos entre los grupos. Por otro lado, también se quiere dar cuenta de la influencia que estas diferentes categorías encontradas en el corpus tienen en un grupo de docentes.

## 2. Investigaciones previas

El estudio sobre la influencia de los asuntos de los correos electrónicos ha crecido en las últimas décadas, pero sus resultados son mixtos. En el sector del marketing, Smith y Kiniorski (2003) observaron que los asuntos que contenían referencias a premios obtenían una tasa de respuesta más alta que aquellos que pedían ayuda. Sin embargo, los datos de Kent y Brandal (2003) mostraron que estos mismos generaban una tasa de respuesta más baja en comparación con aquellas que simplemente indicaban el propósito del correo electrónico. Trouteaud (2004) señaló que la introducción de una solicitud de ayuda en la línea de asunto aumentó las tasas de respuesta en un 5% sobre los asuntos de autoexpresión. Otros estudios no han encontrado diferencias entre los asuntos personalizados o los genéricos (Callegaro et al., 2009), o no han podido encontrar un vínculo entre sus posibles categorías y el número de veces que los usuarios leyeron el mensaje (Skogs, 2013).

Estudios más recientes, también en el ámbito del marketing, observaron que los asuntos de cualquier correo electrónico fueron uno de los principales factores que influyeron en las respuestas a la hora de abrirlo o ignorarlo (Miller y Charles, 2016). Según los resultados de Schultz (2018), los consumidores quieren que los asuntos sean lingüísticamente correctos y que transmitan la esencia del correo electrónico de manera sucinta. La Comisión Federal de Comercio (FTC) recomienda que estos sean precisos para cumplir con la Ley CAN-SPAM, puesto que “se ha observado que un asunto más largo causa una impresión engañosa en los consumidores, lo que reduce sus respuestas posteriores, incluidas las compras de los productos anunciados” (Kumar, 2021, p. 3). Los resultados de Kumar (2021) destacan la importancia de su concisión, puesto que mejora su apertura. No obstante, estos datos contrastan con los de Porter y Whitcomb (2005) quienes señalaron que el uso de una línea de asunto en blanco produce tasas de respuesta más altas que aquellas con contenido. Estas observaciones también se manifestaron en los resultados de Wainer et al. (2011, p. 8), donde “las personas atendieron los mensajes que tenían la mayor brecha de información en términos de la menor cantidad de información sobre el contenido en la línea de asunto, independientemente de la marcada importancia de la tarea”. Una posible explicación podría ser la sensación de intriga provocada en el destinatario (Sapleton y Lourenço, 2016). Esto es particularmente interesante porque la intuición nos haría creer que sería preferible una línea más detallada que nos ayude a intuir de qué se trata el mensaje. Otros estudios como el de Trouteaud (2004) o el de Druckman y Green (2013) han verificado cómo diferentes estrategias, como la referencia a las emociones también desencadenan la curiosidad del lector. Sin embargo, en un contexto académico, como Phelps et al. (2004) o Burgess et al. (2005) han señalado, la necesidad de enviar correos electrónicos con asuntos suficientemente detallados es de suma importancia. Dada la cantidad de correos electrónicos que reciben los docentes diariamente, el uso adecuado del asunto se vuelve un aspecto esencial para informar al destinatario de su contenido y ayudarlo en su administración y priorización. Esto hace que “su mala redacción agrave la situación al dedicar más tiempo [del necesario] a lidiar con correos electrónicos con defectos” (Burgess et al., 2005, p. 82).

En relación con la clasificación tipológica y la relevancia de los asuntos encontramos también estudios como el de Vela Delfa (2012) o el de Skogs (2013). Vela Delfa (2012) estudió la relación que existe entre el asunto y el cuerpo del mensaje desde el punto de vista de su ostensión de relevancia. A su vez, describió la organización y la estructura del género del correo electrónico para, con base en esa información, proponer una clasificación de los asuntos. En su estudio la autora analizó 330 asuntos y observó cinco posibles categorías: (1) entradas como resumen del contenido; (2) entradas como soporte complementario para la identificación del remitente; (3) entradas como espacio de saludo y soporte de elementos de funcionalidad expresiva; (4) entradas como iniciador del texto del mensaje y (5) entradas como espacio de interacción independiente al cuerpo del mensaje. Sus conclusiones refutaron la idea de que el asunto consiste en una breve descripción del mensaje. Vela Delfa (2012) observó la falta de claridad en la relación entre el asunto y el texto, así como la gran diversidad de usos concretos que este puede asumir en función de las necesidades y objetivos del usuario. Sus resultados también rebaten la idea preestablecida de que los usuarios de correos electrónicos son conscientes de la relación que existe entre el asunto y el cuerpo del mensaje, lo cual se advirtió en el elevado número de mensajes que lo omitían o que mostraban uno que no mantenía relación alguna con el texto principal. Esta utilización inapropiada del asunto es una de las principales causas de la ineficacia en el uso del correo electrónico, la cual genera una pérdida de tiempo y esfuerzo añadido.

Otro estudio donde también se abordó la tipología del asunto, el cual se ha tomado como base para hacer el análisis de los datos obtenidos en la presente investigación, es el realizado por Skogs (2013). En dicho trabajo se observó la función y la coherencia global que cumple el contenido del asunto en la interacción de un fórum. Para ello, Skogs (2013) buscó determinar las preferencias de un grupo de 98 estudiantes a la hora de redactar el asunto y observar el efecto de su longitud.

Con el propósito de determinar la función y el efecto que tienen los asuntos en la interacción del fórum, la autora realizó un análisis lingüístico en el que estableció cinco categorías de asuntos: (1) asuntos con referencias al contenido del mensaje; (2) asuntos que describen la función del mensaje por medio del uso de etiquetas como respuesta, réplica, comentario, etc.; (3) asuntos cuyo contenido está dedicado a los saludos y/o al destinatario; (4) asuntos que contienen opiniones; (5) asuntos cuyo contenido no encaja con ninguna de las categorías anteriores como puede ser, por ejemplo, un asunto en blanco, sin contenido.

Al igual que en Vela Delfa (2012), los resultados de Skogs (2013) mostraron el amplio abanico de funciones que pueden cumplir los asuntos, siendo su contribución a la creación de coherencia global una de las más importantes. En el estudio se observó que para redactar el asunto de nuevas conversaciones los alumnos prefirieron que el asunto estuviera asociado con la tarea relacionada, ya sea con el curso o con el cuerpo del mensaje; en cambio, para redactar el asunto de un correo que envían como respuesta en las conversaciones estos prefieren usar asuntos que incluyen saludos y/o el nombre del destinatario.

A través de los hallazgos que muestran estas investigaciones se constata la necesidad de formar a los estudiantes de manera explícita y sólida en el conocimiento y adquisición de destreza en las competencias comunicativas que se relacionan con los aspectos lingüísticos, pragmáticos y semióticos de la lengua. A su vez, estos resultados también resaltan la necesidad de contar con una instrucción cuyo tema sea la producción de correos electrónicos en un ámbito académico. De esa manera se podría focalizar la exposición general del problema y ahondar en su solución.

### 3. Metodología

Para dar más detalle del panorama descrito anteriormente, este estudio clasifica y analiza los usos y preferencias de los asuntos empleados en los correos electrónicos enviados por estudiantes universitarios españoles (EN) y chinos (ENN) a un miembro de la facultad y los contrasta con la percepción de un grupo de docentes en cuanto a su adecuación y relevancia al contexto. Con estas características esta investigación tiene como objetivo dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Existe una preferencia por la presencia u omisión del asunto en los correos electrónicos de los EN y los ENN enviados a su docente?
2. En caso de que los estudiantes lo empleen, ¿lo hacen utilizando diferentes categorías?
3. ¿Existen similitudes entre los EN y los ENN?, ¿y entre los ENN varía su uso según el año académico?
4. Según la percepción de los docentes, ¿cuáles son los asuntos que se adecúan mejor al contexto?
5. ¿El contenido del asunto afecta a la prioridad que los docentes dan al mensaje a la hora de abrirlo?

#### 3.1. Participantes

Con el fin de contestar a las tres primeras preguntas, se examinaron los usos y posibles diferencias en los asuntos. Para ello se contó con la participación de un total de 262 estudiantes universitarios de lengua materna española y china, 38 de ellos hispanohablantes y 224 sinohablantes, con edades que oscilaban entre los 20 y los 53 años. Los estudiantes hispanohablantes estaban matriculados en las instituciones de educación superior Universidad Antonio de Nebrija, Universidad de Murcia y Centro de Idiomas Modernos de la Universidad Comillas. Todos ellos realizaron cursos relacionados con el Grado en Lengua y Literatura o la enseñanza de un idioma, fuera este aprendizaje del idioma español o de una lengua extranjera.

Las muestras de los hispanohablantes proporcionada por la Universidad Antonio de Nebrija se recogieron durante el año académico 2018-2019 en una actividad de la asignatura de Enseñanza de ELE con Fines Específicos del Máster en Didáctica del Español como Lengua Extranjera. Este grupo estuvo formado por 30 participantes de los cuales 13 eran hombres y 17 mujeres, con edades que oscilaban entre los 21 y los 53 años. Las muestras de la Universidad de Murcia se recogieron durante el año académico 2018-2019 en una actividad voluntaria de las asignaturas Español Segunda Lengua / L2 (I) y Español Segunda Lengua / L2 (II) de tercer y cuarto año del Grado en Lengua y Literatura Española. Este grupo estuvo compuesto por 7 estudiantes de los cuales 1 era hombre y 6 mujeres, cuyas edades oscilaban entre los 20 y 31 años. Cabe señalar que, en cuanto a los dos grupos anteriores, no todos los participantes anotaron su edad en la casilla de información personal, por lo que el rango etario mencionado puede no abarcar exactamente las edades de todos los estudiantes. Finalmente, también se contó con la participación de una estudiante de 25 años que estudiaba alemán como lengua extranjera en el Centro de Estudios Modernos de la Universidad de Comillas durante el curso académico 2018-2019.

Las muestras de los sinohablantes se recogieron en el año académico 2017-2018 y procedieron de 224 estudiantes de la carrera de Filología Española del Departamento de Lenguas Europeas (School of European Languages, S.E.L) de la Heilongjiang International University, las cuales se dividieron en tres grupos según el año académico. El grupo de segundo año (ENN-2) estuvo formado por 54 estudiantes de los cuales 11 eran hombres y 43 mujeres, cuyas edades oscilaban entre los 18 y 20 años, y tenían un nivel lingüístico de A2 conforme a los barómetros del centro de estudio. El grupo de tercer año (ENN-3) lo conformaron 43 alumnos de los cuales 8 eran hombres y 35 mujeres, cuyas edades oscilaban entre los 20 y 25 años, y tenían un nivel lingüístico de B1. Por último, el grupo de cuarto año (ENN-4) lo conformaron 127 estudiantes de los cuales 27 eran hombres y 100 mujeres con edades entre los 20 y 27 años, cuyo nivel lingüístico se encontraba entre el B1+ y el B2.

#### 3.2. Herramientas empleadas para el análisis de los datos

Para la búsqueda y recopilación de los asuntos de los correos electrónicos, se diseñó una tarea basada en un marco pedagógico. Esta simulaba un escenario en el que el profesor informaba a sus alumnos mediante un correo electrónico que habían suspendido el examen final de una de sus asignaturas. Con el objetivo de que el alumno tuviera una mejor contextualización, familiarización y que la tarea fuese lo más realista posible, la información entre paréntesis varió y se adaptó dependiendo del centro educativo en el que se realizara la prueba. Las instrucciones fueron las siguientes:

Imagine que su profesor le ha enviado el siguiente mensaje. Ha recibido una calificación de 4 sobre 10 (**SUSPENSO**) en el examen final de la asignatura [*Salón de conversación: Español Oral*] y no está de acuerdo. Escriba un correo electrónico a su profesor [*Pedro Rodríguez Torres*] manifestando su opinión y formulando la solicitud que considere oportuna.

Para validar el instrumento de recogida de datos, se invitó a un grupo de 10 estudiantes sinohablantes de segundo año a completar la tarea y se realizaron los cambios necesarios para cerciorar su objetivo y comprobar su comprensión. Una vez que se aseguró su entendimiento, se distribuyó la prueba a todos los estudiantes involucrados y se proyectó una versión en chino para que no hubiera margen de duda.

La identificación de los usos y preferencias de los asuntos empleados se realizó mediante un análisis lingüístico de la función del contenido del asunto. Para su análisis se adaptó la taxonomía de Skogs (2013)



debido a su previa validación y su similitud con la mayoría de los datos de esta investigación. Inicialmente los asuntos se clasificaron siguiendo su modelo, pero debido a que en los correos recopilados no se evidenció una de las funciones de dicha clasificación se decidió reorganizar las categorías y crear una nueva que pudiera agrupar aquellos asuntos que no encajaban en ninguna de las anteriores. Ello dio como resultado la siguiente clasificación, ver Tabla 1.

Tabla 1. Clasificación de los asuntos de los EN y los ENN

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
SL 1	Referencias al contenido del mensaje.	<i>Mi nota del examen oral</i>
SL 2	Postura, opinión o retroalimentación por parte del autor del mensaje.	<i>Preguntas sobre las notas del examen oral</i>
SL 3	Saludos y/o nombre del destinatario.	<i>Profesor Pedro Rodríguez Torres</i>
SL 4	Asunto en blanco.	Ø
SL 5	Otros.	<i>Document1</i>

Para contestar a las últimas dos preguntas de la metodología se observó la percepción de un grupo de docentes con respecto a la adecuación al contexto y la relevancia de los asuntos escritos por los alumnos mencionados. Para ello se contó con la ayuda de 14 profesores de los centros educativos Universidad Antonio de Nebrija, Universidad del Norte, Ankara Üniversitesi, University of East Anglia, Queen's University Belfast, Brown University, Copenhagen International School e I.E.S. San Isidro. Este grupo estuvo compuesto por 4 hombres y 10 mujeres con edades que oscilaban entre los 20-49 años (20-29  $n = 1$ ; 30-39  $n = 8$ ; 40-49  $n = 5$ ) y con una trayectoria profesional de entre 1 y 20 años (1-5  $n = 4$ ; 6-10  $n = 6$ ; 16-20  $n = 4$ ).

La recogida de los datos relacionados con la percepción de los docentes se realizó mediante un formulario de *Google Forms*. En él se les pidió que contestaran a las siguientes dos preguntas teniendo en cuenta:

1. La adecuación de los asuntos:  
Usted trabaja en un centro universitario y varios alumnos suyos le han mandado un correo electrónico referente a las notas de un examen. Ordene los siguientes asuntos según su adecuación al contexto (1 = menos adecuado; 5 = más adecuado).
2. El efecto del contenido del asunto:  
Usted ha recibido 5 correos electrónicos con los siguientes asuntos. ¿Qué correo abriría antes? Ordene las siguientes categorías según la prioridad que le dé (1 = último mensaje que leería; 5 = primer mensaje que leería).

Para ambas preguntas los docentes tuvieron que evaluar los cinco ejemplos que se detallan en la Tabla 1.

## 4. Resultados

### 4.1. Análisis y distribución de los asuntos

El análisis del asunto de las muestras observadas mostró un porcentaje de presencia de tan solo un 16 % en el corpus, lo que representa un total de 41 casos de los 262 correos electrónicos analizados (EN: 14; ENN: 27). Debido al carácter nominal de los datos se realizó una prueba de independencia de Chi-cuadrado con el fin de examinar si había diferencias significativas entre su presencia u omisión, y los resultados indicaron que el contraste entre grupos sí fue estadísticamente significativo, lo que evidenció las divergencias entre los EN y los ENN ( $p = .000$ ). La preferencia de los estudiantes por una determinada categoría se observa en la Tabla 2.

Tabla 2. Distribución de los asuntos empleados por los EN y los ENN ( $n = 41$ )

	SL 1	SL 2	SL 3	SL 5
Preferencia total ( $n = 41$ )	28	11	1	1
Media	0.68	0.26	0.03	0.03
DS	0.47	0.44	0.15	0.15

Los datos de la Tabla 2 y la Figura 1 mostraron que, de los 41 asuntos registrados, el 68 % (28/41) hizo referencia al contenido del mensaje (SL1), y el segundo asunto más empleado fue el vinculado a la postura, la opinión o la retroalimentación (SL2) con un porcentaje del 26 % (11/41). También se observó en cantidades muy escasas, con un 3 % (1/41), el uso de saludos y/o del nombre del destinatario (SL3), así como otros tipos de asuntos (SL5). Visto que las DS en casi todos los casos, salvo el asunto SL1, son más altas que las medias, se puede asumir que la elección por un determinado asunto no representa un fenómeno homogéneo y que existe una alta variabilidad entre los grupos.

El contraste de la distribución de los asuntos empleados por los EN y los ENN puede apreciarse en la Figura 1, donde han sido consideradas solo las unidades en las que se emplea.

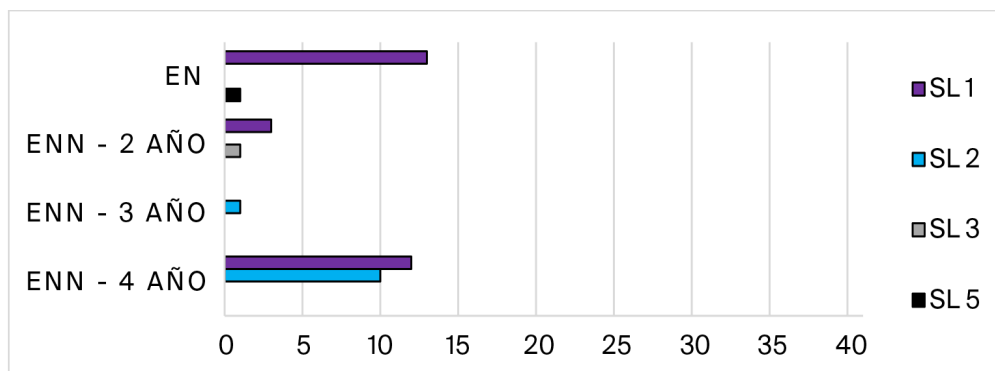


Figura 1. Representación gráfica del uso de los asuntos según los diferentes grupos (n = 41)

Un análisis más detallado de los asuntos mostró que, cuando se empleó el SL1, tanto los ENN como los EN prefirieron un mismo encadenamiento de palabras. Los ENN optaron por diferentes variaciones de “sobre mi nota” o “la nota del examen” (ej. *Sobre mis notas*; *Sobre la nota de Español Oral*; *La nota de mi oral*; *La nota del examen final*), mientras que los EN eligieron diferentes variaciones de “nota”, “revisión” o “calificación” (ej. *Nota final*; *Revisión examen*; *Calificaciones examen*). Los resultados también mostraron que cuando se empleó el tipo de asunto SL2 la mayoría reflejó tener dudas acerca de la calificación (ej. *Alguna duda de nota*, *Una duda sobre la nota del examen final*, *Duda sobre la nota*). El tipo de asunto SL3 se empleó para incluir el nombre del profesor en este apartado del correo (ej. *Profesor Pedro Rodríguez Torres*), mientras que el tipo SL5 se empleó para mostrar una información irrelevante con relación al contenido del texto (ej. *Document1*).

La distribución de los asuntos analizados muestra notables divergencias tanto entre aquellos de los EN y los ENN (ver Tabla 3) como entre los de los distintos grupos que componen los ENN (ver Tabla 4). Con las siguientes tablas se presenta de forma esquemática el contraste entre los porcentajes obtenidos. Es importante aclarar que las tablas carecen de los porcentajes referidos a la omisión de movimientos, puesto que su contenido se centra en mostrar el contraste de aquellos que sí estuvieron presentes.

Tabla 3. Análisis contrastivo de la sección preapertura – asuntos de los EN y los ENN (n = 262)

PREAPERTURA Asuntos (n = 41 – 16 %)	
EN (n = 38)	ENN (n = 224)
Asunto (n = 14)	Asunto (n = 27)
SL1. Referencias al contenido (93 %)	SL1. Referencias al contenido (56 %)
SL2. Postura, opinión o retroalimentación (0 %)	SL2. Postura, opinión o retroalimentación (41 %)
SL3. Saludos y/o nombre del destinatario (0 %)	SL3. Saludos y/o nombre del destinatario (3%)
SL5. Otros (7 %)	SL5. Otros (0 %)

Como se observa en la Tabla 3 y la Figura 2, la mayoría de los hispanohablantes prefirió elaborar asuntos donde se hiciera referencia al contenido del mensaje, mientras que los sinohablantes demostraron un abanico más amplio de opciones. Así, los resultados indicaron que las diferencias entre los grupos sí fueron estadísticamente significativas ( $p = .000$ ); aun así, como se señaló en la Tabla 2, la elección de un determinado asunto no significa que hubo un fenómeno homogéneo, puesto que se dio una alta variabilidad entre los grupos.

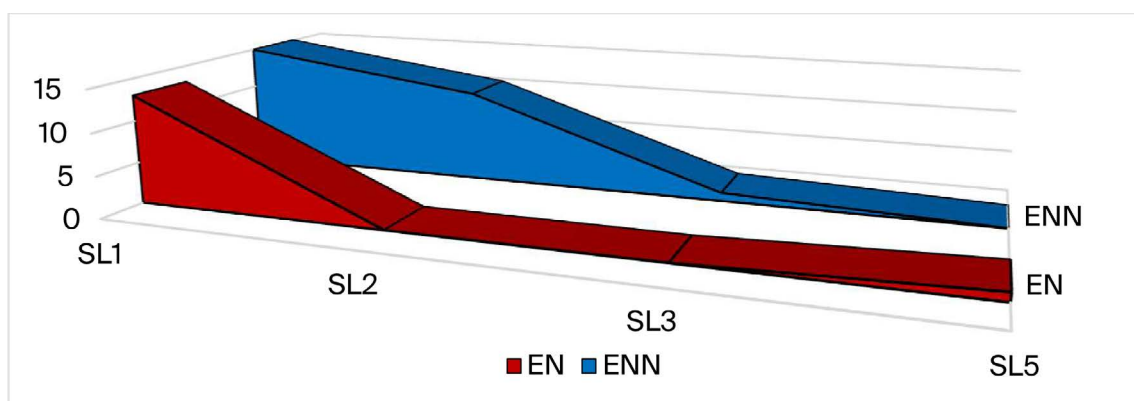


Figura 2. Patrón de los asuntos empleados por los EN y los ENN (n = 41)

En el caso del grupo de los sinohablantes, también se apreció disimilitudes y falta de estandarización en su elección entre los diferentes cursos académicos de los informantes (ver Tabla 4 y Figura 3).

Tabla 4. Análisis contrastivo de la sección preapertura – asuntos de los ENN conforme a su curso académico (segundo [ENN-2], tercero [ENN-3] y cuarto [ENN-4] (n = 224)

PREAPERTURA Asunto (n = 27 – 12 %)		
ENN-2 (n = 54)	ENN-3 (n = 43)	ENN-4 (n = 127)
Asunto (n = 4)	Asunto (n = 1)	Asunto (n = 22)
SL1. Referencias al contenido (75 %)	SL1. Referencias al contenido (0 %)	SL1. Referencias al contenido (55 %)
SL2. Postura, opinión o retroalimentación (0 %)	SL2. Postura, opinión o retroalimentación (100 %)	SL2. Postura, opinión o retroalimentación (45 %)
SL3. Saludos y/o nombre del destinatario (25 %)	SL3. Saludos y/o nombre del destinatario (0 %)	SL3. Saludos y/o nombre del destinatario (0 %)
SL.5 Otros (0 %)	SL5. Otros (0 %)	SL5. Otros (0 %)

Si bien entre los tres grupos se advierte una preferencia por una de las tres primeras categorías, esta fue su única semejanza. La Figura 3 ofrece una mejor visualización del patrón de uso.

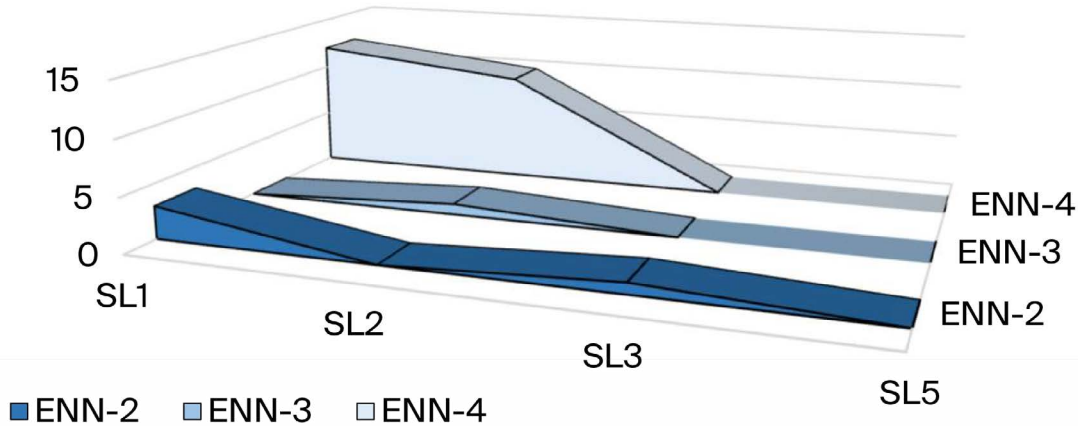


Figura 3. Patrón de asuntos empleados por los EN y los ENN (n = 27)

Como se observa en la Figura 3, en el caso de los ENN-2, la mayoría de los alumnos que lo utilizaron optó por hacer referencias al contenido de su mensaje (SL1) (ej. *Sobre mis notas*) o mencionó el nombre del profesor (ej. *Profesor Pedro Rodríguez Torres*), mientras que el único estudiante del ENN-3 dio su opinión (SL3) (ej. *Alguna duda de nota*). En el caso de los ENN-4, estos prefirieron emplear referentes al contenido del mensaje (SL1) (ej. *La nota del examen final*) o expresar su postura, su opinión o hacer una retroalimentación (SL2) (ej. *Duda sobre la nota*) para comenzar sus correos. Como se muestra en la Tabla 5, al igual que en los estudios de Vela Delfa (2012) y Skogs (2013), el análisis de contenido de los asuntos mostró sus múltiples usos.

Tabla 5. Comparación de usos de los asuntos de los correos electrónicos de Vela Delfa (2012), Skogs (2013) y Rodríguez Velasco (2023)

Vela Delfa (2012)	Skogs (2013)	Rodríguez Velasco (2023)
Asuntos n = N/A	Asuntos n = 119 <sup>1</sup>	Asuntos n =41
1. Resumen del contenido.	1. Referencia al contenido del mensaje (76 %).	1. Referencia al contenido del mensaje (68 %).
2. Soporte complementario para la identificación del remitente.	2. Describe la función del mensaje usando una etiqueta como respuesta, comentario, etc. (17 %).	2. Postura u opinión del alumno sobre su nota o la retroalimentación (28 %).
3. Espacio de saludo y soporte de elementos de funcionalidad expresiva.	3. Saludos y/o el nombre del profesor (0 %).	3. Saludos y/o el nombre del profesor (2 %).
4. Iniciador del texto del mensaje.	4. Incluye asuntos que expresan la postura y la opinión del remitente (3 %).	4. Otro tipo de asunto (2 %).
5. Espacio de interacción independiente.	5. Otro tipo de asunto (4 %).	

En su estudio Vela Delfa (2012, p. 87) argumentó que “las modalidades [de los asuntos] son muy diversas y dependerán de la intencionalidad del autor de los mensajes, sus estilos comunicativos y el subtipo de correo al que pertenezca el intercambio”, sin embargo, la falta de datos numéricos impide hacer una comparación

<sup>1</sup> “N” hace referencia a los 119 primeros mensajes recibidos que se analizaron en el nivel 1 de estudio de Skogs (2013: 177).

más cabal de sus resultados con los que se han encontrado en este estudio. Teniendo en cuenta los obtenidos por Skogs (2013), como se señaló en líneas anteriores, también se observaron preferencias grupales que se desarrollan casi de inmediato (ver tablas 3 y 4). Asimismo, se evidencia, a pesar de las diferencias entre ambos trabajos, una notable preferencia por las referencias al contenido del mensaje (91/119 – Skogs (2013); 28/41 – este estudio).

#### 4.2. Análisis de la percepción de los docentes

El presente estudio también examina el grado en el que los profesores perciben los asuntos de los estudiantes y su efecto a la hora de decidir cuál de ellos abriría primero. En cuanto a la percepción sobre la adecuación de los asuntos (ver Figura 4), de los 14 docentes encuestados, el 71 % ( $n = 10$ ) clasificó la retroalimentación por parte del autor del mensaje (SL2) como el contenido del asunto más apropiado para el contexto comunicativo, seguido de las referencias al contenido del mensaje (SL1) con un 64 % ( $n = 9$ ). Por el contrario, los asuntos con una menor adecuación contextual correspondieron a aquellos en blanco (SL4), con un 50 % ( $n = 7$ ).

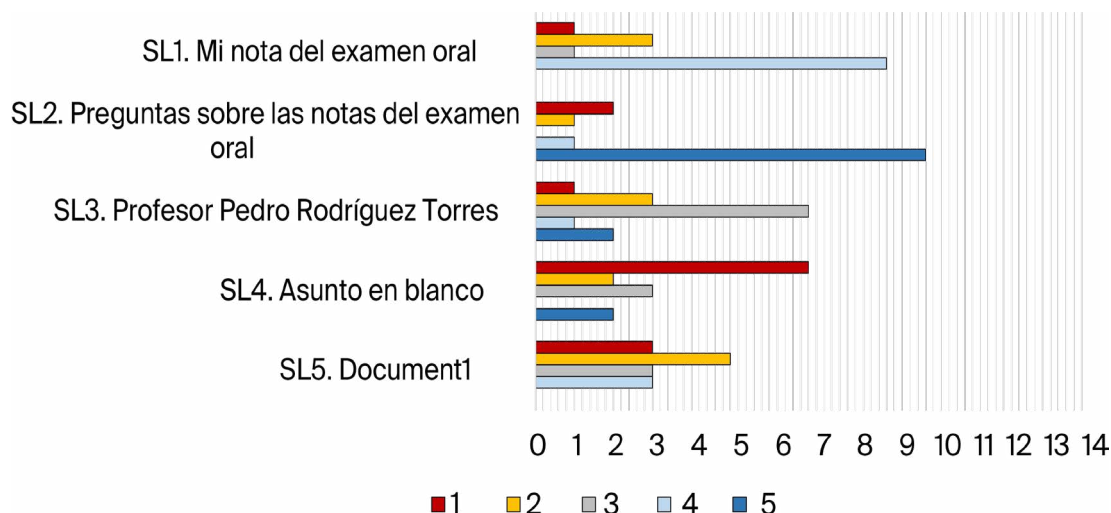


Figura 4. Percepción de los docentes sobre la adecuación de los asuntos (1 = menos adecuado; 5 = más adecuado)

En cuanto a la relación entre el contenido y la prioridad que se le daría (ver Figura 5), los docentes manifestaron que los primeros mensajes que leerían serían aquellos que mostrasen la postura o la opinión por parte del estudiante (SL2) o se vinculasen a su contenido (SL1). Por el contrario, aquellos con un asunto en blanco (SL4) o con un contenido irrelevante (SL5) serían los últimos que abrirían.

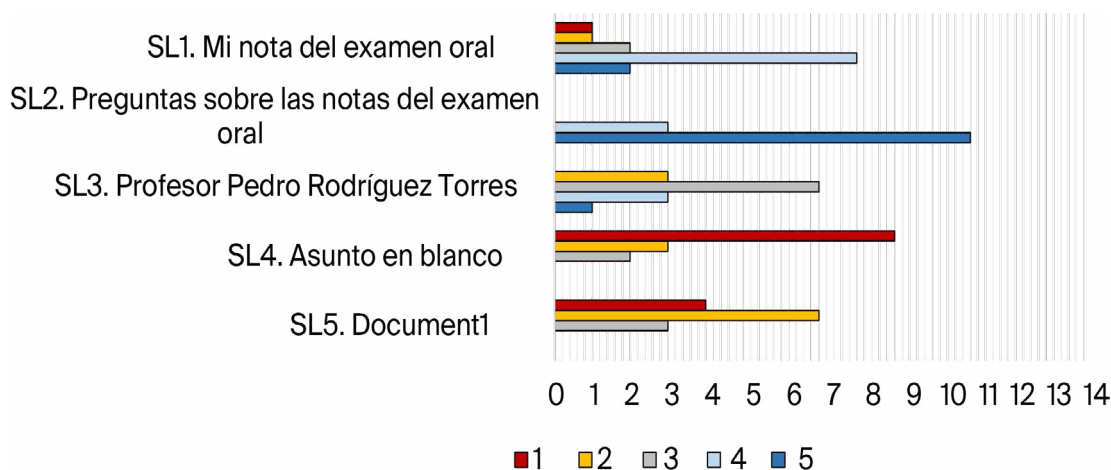


Figura 5. El efecto del contenido del asunto en los docentes (1 = último mensaje que leería; 5 = primer mensaje que leería)

En general, estos resultados muestran que la falta de consciencia de los estudiantes respecto al contenido de sus asuntos tiene un impacto negativo tanto en la percepción como en la importancia que el profesorado da a sus mensajes. De la misma forma que se recogió en Vela Delfa (2012), los resultados rebaten la idea preestablecida de que los usuarios de correos electrónicos son conscientes de la relación que existe entre el asunto y el cuerpo del mensaje, lo cual se advierte en el elevado número de mensajes que lo omiten o que muestran uno que no mantiene relación alguna con el texto principal. Esta utilización inapropiada es una de las principales causas de la ineficacia en el uso del correo electrónico, la cual genera una pérdida de tiempo y esfuerzo añadido.



## 5. Interpretación de los resultados y conclusiones

Como ya se ha mencionado anteriormente, el asunto es la primera información que recibe el destinatario junto con el nombre del remitente, por ello se considera que tiene un papel similar al del sello postal (Porter y Whitcomb, 2005) o al párrafo inicial en una carta de presentación (Sapleton y Lourenço, 2016). De allí también que su contenido y estilo constituyan un elemento crítico en la toma de decisiones (Hu, 2020; Rodríguez Velasco et al., 2021). Su funcionalidad, por otro lado, está vinculada a la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986), dado que su pertinencia recae directamente sobre su contenido. Además, su mala o inadecuada redacción rompe con el principio de cooperación de Grice (1975), así como también afecta las máximas de Lakoff (1973), puesto que dificulta la relación con el profesorado al tener que dedicar tiempo adicional a tratar correos electrónicos defectuosos (Burgess et al., 2005).

Este estudio ha clasificado y analizado los usos y preferencias de los asuntos empleados en los correos electrónicos que redactaron estudiantes universitarios españoles y chinos a un miembro de la facultad y los ha contrastado con la percepción de un grupo de docentes en cuanto a su adecuación y relevancia al contexto. Al igual que los hallazgos obtenidos por Vela Delfa (2012) y Skogs (2013), los resultados de esta investigación mostraron el amplio abanico de funciones que pueden cumplir los asuntos en este tipo de comunicación académica. En cuanto a las preferencias, los resultados han demostrado que tanto los estudiantes nativos como los no nativos prefieren omitirlo en sus mensajes, lo que provoca una ruptura de las normas sociales y reglas de etiqueta en la red (Shea, 1994) y genera una respuesta negativa por parte de los docentes. En aquellos casos en los que sí se utilizan, se han observado cuatro principales categorías con usos disimilares entre los grupos analizados, no obstante, la tendencia general de los estudiantes fue hacia las referencias al contenido (SL1 – EN: 93%; ENN: 56%). La encuesta realizada al profesorado refleja su preferencia por aquellos asuntos vinculados a la retroalimentación del alumno (SL2) y a las referencias al contenido de su mensaje (SL1). Estos datos contrastan con los aportados por Porter y Whitcomb (2005), puesto que advierten que el uso de un asunto en blanco produciría tasas de respuesta más bajas que aquellas con contenido, aunque este sea irrelevante.

Antes de concluir, cabe destacar que la interpretación de los resultados y las conclusiones a las que se llega con este estudio deben tratarse con precaución. Por un lado, se ha de tener en cuenta la naturaleza de las muestras. Estas pertenecen a un ejercicio didáctico realizado en clase que, a pesar de ser tomado en cuenta para otorgarle una nota, pudo hacer que los alumnos no prestaran tanta atención a todos los apartados. A esto hay que añadir que la gran mayoría de los programas de correo electrónico como *Gmail* o *Outlook* “avisar al usuario cuando no se ha escrito nada en el campo de asunto del correo electrónico, de modo que en condiciones normales de creación del correo electrónico esto facilita que el emisor no olvide completar esta sección” (Robles Garrote, 2017, p. 252). También ha de tenerse en cuenta la disparidad en el tamaño de la muestra y el reducido número de estudiantes y docentes con el que se contó. No obstante, aunque el escaso número de muestras aquí analizadas no permita realizar afirmaciones categóricas generalizables en ambas lenguas, sí permite señalar la necesidad de contar con una instrucción explícita en cuanto a las competencias comunicativas relacionadas con los aspectos lingüísticos, pragmáticos y semióticos vinculados a este tema. Es así dado que el asunto, aun cuando conforma tan solo uno de los elementos propios de la comunicación mediada por ordenador (CMO), es necesario para expresarse adecuadamente en el mundo digital en el que vive actualmente la sociedad.

Por último, se espera que en futuras investigaciones se examinen todos los factores anteriormente mencionados y se realicen estudios a mayor escala con muestras de correos electrónicos reales para una contextualización más realista y para así poder confirmar los hallazgos y conclusiones expuestos en esta investigación.

## Referencias bibliográficas

- Betti, Silvia (2013). “Hola profe!” ¿Son corteses los jóvenes en el correo electrónico? Estudio de mensajes virtuales españoles e italianos (enseñanza y aprendizaje de la pragmática de una lengua extranjera). *RESLA, Revista Española de Lingüística Aplicada*, 26, 67-89. <http://hdl.handle.net/11585/239677>
- Burgess, Anthony K.; Jackson, Tom y Edwards, Janet (2005). Email training significantly reduces email defects. *International Journal of Information Management*, 25, 71-83. <https://hdl.handle.net/2134/2192>
- Callegaro, Mario; Kruse, Yelena; Thomas, Melanie y Nukulkij, Poom (2009). *The effect of e-mail invitation customization on survey completion rates in an internet panel: A meta-analysis of 10 public affairs surveys*. [Presentación en Conferencia] Proceedings of the AAPOR-JSM conference, American Statistical Association. Hollywood, Florida.
- Crystal, David (2006). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Druckman, James N. y Green, Donald (2013). Mobilizing group membership: The impact of personalization and social pressure e-mails. *SAGE Open*, 3(2), 1-6. <https://doi.org/10.1177/2158244013492781>
- González Berrio, Sara (2020). *Estudio pragmático del rechazo en géneros digitales del ámbito académico. Aprendices de ELE brasileños y hablantes nativos (portugués brasileño y español peninsular)*. Tesis doctoral. Universidad Antonio de Nebrija. <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/194120>
- Grice, Herbert P. (1975). Logic and conversation. En P. Cole y J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantic. Speech Acts* (pp. 41-58). Nueva York: Academic Press.
- Hu, Chun (2020). *El correo electrónico en el aprendizaje del Español como lengua extranjera (L2) en estudiantes universitarios chinos*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/handle/10251/153134>

- Kent, Ray y Brandal, Hege (2003). Improving email response in a permission marketing context. *International Journal of Market Research*, 45(4), 489-506. <https://doi.org/10.1177%2F147078530304500404>
- Kumar, Ashish (2021). An empirical examination of the effects of design elements of email newsletters on consumers' email responses and their purchase. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102349>
- Lakoff, Robin (1973). The logic of politeness: Or, minding your P's and Q's. En C. Corum, T. C. Smith-Stark y A. Weiser (Eds.): *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society* (pp. 292-305). Chicago: Chicago Linguistic Society.
- Miller, Ramona y Charles, Eugene Y. (2016). A psychological based analysis of marketing email subject lines. [Presentación en Conferencia] Sixteenth International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions (ICTer). Negombo, Sri Lanka.
- Phelps, Joseph E.; Lewis, Regina; Mobilio, Lynne; Perry, David y Raman, Niranjana (2004). Viral marketing or electronic word-of-mouth advertising: Examining consumer responses and motivations to pass along email. *Journal of Advertising Research*, 44, 333-348. DOI: 10.1017/S0021849904040371
- Porter, Stephen R. y Whitcomb, Michael E. (2005). E-mail subject lines and their effect on web survey viewing and response. *Social Science Computer Review*, 23(3), 380-387. <https://doi.org/10.1177/0894439305275912>
- Robles Garrote, Pilar (2017). *Perspectivas de análisis pragmático de correos electrónicos de petición. Estudio contrastivo en italiano y español L1/L2*. Tesis Doctoral, Universidad Antonio de Nebrija.
- 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. <https://doi.org/10.15581/008.36.2.724-48>
- Rodríguez Velasco, David (2019). Análisis de los elementos pragmáticos en la interacción escrita académica: el caso de los correos electrónicos de universitarios norteamericanos. *Revista Nebrija De Lingüística Aplicada a La Enseñanza De Lenguas*, 13(26): 198-225. <https://doi.org/10.26378/rnlael1326307>
- Rodríguez Velasco, David y Ainciburu, Cecilia (2020). Don't you like me? Am I ugly? Or don't I speak well? Analysis of disagreement and emotional exhibition in the emails of Chinese university students of Spanish *RLA. Revista de Lingüística teórica y Aplicada*, 58(1): 37-63. <https://doi.org/10.29393/RLA58-2DRDL20002>
- Rodríguez Velasco, David; Liu, Xiaoxu K. y Ainciburu, Cecilia (2021). You would not want to be the murderer of our dreams and options, right?: An Analysis of the communication between university students and their professors on the web 2.0. *International Review of Pragmatics*, 13(2), 265-286. <https://doi.org/10.1163/18773109-01302007>
- Sapleton, Natalie y Lourenço, Fernando (2016). Email subject lines and response rates to invitations to participate in a web survey and a face-to-face interview: the sound of silence. *International Journal of Social Research Methodology*, 19(5), 611-622. <https://doi.org/10.1080/13645579.2015.1078596>
- Schultz, Ray (2018). E-mail at Work and at Play: It's the Most Popular Channel. E-mail Insider <https://www.mediapost.com/publications/article/323898>
- Shea, Virginia (1994). *Netiquette*. San Francisco: Albion Books.
- Skogs, Julie (2013). Subject line preferences and other factors contributing to coherence and interaction in student discussion forums. *Computers and Education*, 60(1), 172-183. DOI: 10.1016/j.compedu.2012.07.005
- Smith, Rene M. y Kiniorski, Kerri A. (2003). Participation in online surveys: Results from a series of experiments. [Presentación en Conferencia] 58th Annual Conference of the American Association of Opinion Research, Nashville, TN.
- Sperber, Dan y Wilson, Deirdre (1986). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Trouteaud, Alex R. (2004). How you ask counts: A test of Internet-related components of response rates to a web-based survey. *Social Science Computer Review*, 22(3), 385-392. <https://doi.org/10.1177/0894439304265650>
- Vela Delfa, Cristina (2006). *El correo electrónico: el nacimiento de un nuevo género*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Vela Delfa, Cristina (2012). Análisis pragmático del asunto en los correos electrónicos: ¿Son relevantes nuestros mensajes? *OGIGIA*, 11, 79-95. <https://doi.org/10.24197/ogigia.11.2012.79-95>
- Vela Delfa, Cristina (2018). La apelación en el género discursivo del correo electrónico: fórmulas nominales de tratamiento en las aperturas y los cierres de los mensajes de email. *Onomázein*, 98-118. DOI: 10.7764/onomazein.add.06
- Wainer, Jaclyn; Dabbish, Laura, y Kraut, Robert (2011). Should I open this email?: Inbox-level cues, curiosity and attention to email. [Presentación en Conferencia] *CHI'11 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Vancouver BC, Canada.