LA COMUNICACIÓN VIRTUAL EN ESPAÑOL. DISEÑO DE MÓDULOS Y CONTENIDOS

BEGOÑA MONTERO-FLETA, CARMEN PÉREZ-SABATER, INMACULADA BARBASÁN ORTUÑO, MARÍA JOSÉ LABRADOR PIQUER, PENNY MACDONALD

Universitat Politècnica de València

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está enmarcado en el proyecto CoMoViWo, financiado por la Education Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA) de la Unión Europea. Con el fin de mejorar la empleabilidad a través de una alfabetización en comunicación virtual, CoMoViWo combina comunicación, tecnología y multiculturalidad en ámbitos profesionales. La primera fase del proyecto proporcionó información sobre las necesidades reales en la comunicación virtual en entornos de trabajo. Exponemos aquí la justificación teórica abordada en una segunda fase acerca del diseño de los contenidos de un módulo virtual que pretende paliar la escasez de materiales en este ámbito profesional. La investigación se centra en la competencia intercultural, la conversación intranscendente, entrevistas de trabajo y cortesía en la comunicación virtual laboral.

En la actualidad empresas e instituciones se ven obligadas a adaptarse a un mercado cambiante donde la comunicación virtual juega un papel crucial. Las nuevas tecnologías han acercado a las personas y agilizado la comunicación en entornos de trabajo virtual colaborativo con miembros de diferentes culturas. Esta nueva dinámica está demandando investigación en la adquisición de las competencias de colaboración virtual y comunicación orientadas al nuevo contexto social en el que estamos inmersos (Paricio-Tato, 2014).

El proyecto CoMoViWo, financiado por la Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA) de la Unión Europea, responde a esta demanda actual buscando la alfabetización en comunicación virtual. La innovación de este proyecto se sustenta en la combinación entre comunicación, tecnología, multiculturalidad y colaboración con la empresa. La primera fase del proyecto detectó las necesida-

des reales en movilidad y comunicación virtual en entornos de trabajo. El diseño y aplicación de un cuestionario aportó información para el diseño del prototipo de módulos intensivos para el uso de la lengua en un entorno virtual en el puesto de trabajo. Una segunda fase se ha centrado en el diseño de los módulos y contenidos. Presentamos a continuación los aspectos teóricos en los que se basa el diseño de uno de sus módulos (Módulo 2) a título de ejemplo.

2. DISEÑO DE MÓDULOS DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS LABORALES. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Los fundamentos teóricos en los que se ancla el diseño de los módulos parten de la competencia intercultural, las convenciones socioculturales, las variaciones sociales y los usos lingüísticos adecuados al contexto virtual. Aunque el primer elemento que caracteriza a una lengua suele ser el componente lingüístico, los componentes sociolingüísticos y pragmáticos no deben pasar a segundo plano (véase: Marco Europeo de Referencia para las Lenguas, MCER, Instituto Cervantes, 2002). En el ámbito profesional, aquel en el que la persona desarrolla su trabajo o su profesión como lo define el MCER, el trabajo virtual debe tener bien definidas las buenas prácticas de comunicación en un contexto internacional, tanto en lo que al uso del lenguaje adecuado se refiere (competencia comunicativa lingüística) como en las estrategias que se deben seguir en la interacción, como por ejemplo, para compartir la información, toma de decisiones, convocatoria de reuniones fuera del horario de trabajo habitual o en la gestión del tiempo (competencia sociolingüística). Esta competencia sociolingüística supone el conocimiento de las destrezas necesarias para abordar la dimensión social del uso de la lengua. Así, los equipos de trabajo virtuales deben de tener en cuenta que la comunicación no siempre es igual en todas las culturas, lo que obliga al desarrollo de las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para ajustar el estilo de comunicación con el fin de evitar malas interpretaciones.

2.1. Competencia intercultural

La competencia intercultural, la "habilidad para interactuar de manera efectiva con gente de otras culturas que reconocemos como diferentes de la propia" (Guilherme 2000: 297), contribuye a superar los posibles retos y dificultades que puedan surgir debido a las interacciones culturales (Aneas 2009). En el ámbito profesional, el desconocimiento de las normas y reglas de la cultura del interlocutor puede ser motivo de polémica o conflicto (Holmlander, 2008) y puede afectar negativamente en las negociaciones. Por el contrario, el conocimiento de las similitudes y diferen-

cias entre el mundo propio y el de la comunidad con la que se interactúa produce una consciencia intercultural de la diversidad regional y social en los dos mundos (MCER, 2002), lo que favorece la comunicación y contribuye a potenciar los resultados en el ámbito profesional.

La diversidad cultural en la comunicación virtual, objeto de atención preferente en el desarrollo de los módulos, se ha generalizado en el contexto de la internacionalización de los mercados que ha llevado a las empresas a afrontar nuevos retos planteados en un factor clave del éxito económico. El Informe Mundial de la Unesco (2009) resalta cómo culturas muy diferentes se ven obligadas a tener contactos profesionales entre sí mediante asociaciones multinacionales. Hoy en día, los dirigentes empresariales se percatan cada vez más de que es necesario tomar en consideración los factores culturales para optimizar el rendimiento de sus empresas. La interculturalidad, que es el proceso de comunicación e interacción entre personas de distintas culturas, tiene lugar cuando unos individuos que han vivido o viven en diferentes comunidades culturales se encuentran en una situación comunicativa donde cada participante ha de negociar y acordar unos significados comunes para que haya entendimiento entre ellos (Ting-Toomey, 1999). Cada cultura puede tener unas costumbres, creencias y tradiciones propias que no se deben imponer sobre las de otra cultura. La competencia intercultural satisface eficazmente las necesidades comunicativas superando esas diferencias mediante las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para ajustar el estilo de comunicación con el fin de evitar malas interpretaciones.

El MCER (2002) detalla las siguientes destrezas y habilidades interculturales: la capacidad de relacionar entre sí la cultura de origen y la cultura extranjera; la sensibilidad cultural y la capacidad de identificar y utilizar una variedad de estrategias para establecer contacto con personas de otras culturas; la capacidad de cumplir el papel de intermediario cultural entre la cultura propia y la cultura extranjera, y de abordar con eficacia los malentendidos interculturales y las situaciones conflictivas y la capacidad de superar relaciones estereotipadas.

Por su parte, Aneas (2009:4) resume las competencias interculturales transversales necesarias para una correcta comunicación entre culturas en la siguiente figura:

Competencias interculturales transversales CIT	
Diagnosticar	*Los aspectos culturales que determinan a las personas de la organización.* *Incidentes, necesidades y situaciones ocasionados por las diferencias culturales en el desempeño del trabajo en la empresa.*
Relacionarse	*Negociación intercultural.* *Comunicación intercultural.* *Trabajo en equipo intercultural.*
Afrontar	*Potenciar el autoaprendizaje intercultural.* *Afrontar y resolver problemas interculturales.* *Desarrollar soluciones que consideren las otras culturas.*

Figura 1. Competencias Interculturales Transversales (Aneas, 2009 4)

Por ello, el diseño de los módulos de la competencia comunicativa virtual de CoMoViWo ha tenido en cuenta las actividades de lengua que requieren de la competencia comunicativa intercultural transversal sugerido por Aneas (2009): diagnosticar, relacionarse y afrontar, mediante estrategias de comunicación para así aunar culturas en un ámbito virtual.

2.2. La comunicación intranscendente

Otro aspecto clave en las relaciones laborales es la conversación intranscendente o "interacción orientada a las relaciones", como explica Hösjjer (2013). Conocida en inglés como *small talk* y en España como "charla de ascensor", la conversación intranscendente es un tipo de conversación cordial que se da en situaciones sociales "forzadas" y que trata asuntos de poca importancia y sin controversia. En la actualidad, estas estrategias de comunicación y su relevancia en el ámbito profesional deben estudiarse dentro de la comunicación en línea, ya que muchas de las relaciones laborales se establecen y mantienen a través de las nuevas tecnologías, como señala Hösjjer (2013). Al respecto, Darics (2016) señala que la conversación intranscendente se suele establecer entre los miembros de equipos virtuales como introducción informal a los temas profesionales que se van a tratar, en, por ejemplo, un correo electrónico. Esta conversación informal escrita suele versar sobre

temas neutros como el tiempo, aunque en cada equipo virtual, los miembros de equipos virtuales establecen las normas de comportamiento en línea que consideran. Los académicos se preguntan al respecto cuánto tiempo se debe dedicar a estas conversaciones virtuales antes de entrar en materia (Darics, 2016).

Las conversaciones intrascendentes junto con las normas de cortesía son básicas para establecer el clima de cooperación necesario en estas relaciones laborales a distancia (Hösjjer 2013). En general, las conversaciones intranscendentes se consideran una forma de cortesía lingüística (Hernández-Flores, 2004). Mediante comentarios intrascendentes se crea una actitud positiva y se construye lo que Hösjjer (2013) denomina solidaridad. Hösjjer (2013) concluye su estudio de una empresa sueca diciendo que en las comunidades de práctica que sólo se comunican de forma electrónica, las conversaciones intranscendentes juegan un papel importante en el entorno profesional; en muchos casos, sirven para mitigar situaciones que pueden entrañar complicaciones. Asimismo, su estudio finalmente sugiere que cada comunidad de práctica laboral espera unos comportamientos adecuados y estos están en relación con el modo de comunicación electrónica empleado, ya que, en su opinión, existen diferencias claras dependiendo de si el medio tiene carácter sincrónico o asíncrono.

En cuanto a la enseñanza de lenguas y en especial, de lenguas para fines específicos, recientemente se presta bastante atención a la conversación intranscendente ya que, como apuntan Kassim y Ali (2010) en su artículo sobre el inglés en la industria malaya, su dominio es clave para el éxito empresarial. Este interés ha dado lugar a manuales dedicados específicamente a la enseñanza de la conversación intranscendente en inglés para fines comerciales como el elaborado por Capras (2014) titulado *Small Talk: B1+ (Collins Business Skills and Communication)* donde se dedica una sección a tratar en detalle la conversación intranscendente "a distancia", como llaman a las conferencias virtuales, por teléfono y por vídeos, los correos electrónicos y las redes sociales para profesionales.

En español, la conversación intranscendente se ha tratado en entornos familiares y de amistad (Hernández-Flores, 2004) pero poco se ha visto en el ámbito laboral y mucho menos en el trabajo virtual.

2.3. La entrevista de trabajo

Las entrevistas de trabajo son, sin duda, uno de los medios más usados en los procesos de contratación de trabajadores (Macan, 2009). Los avances tecnológicos

permiten realizar un proceso de selección en tiempo real de los posibles candidatos a un puesto de trabajo ubicados en diferentes países, sin necesidad de una entrevista presencial. Esto supone, entre otros aspectos, no tener que desplazarse al país y los gastos que ello conlleva, tanto para el candidato como para la empresa. En el mundo profesional europeo se utiliza habitualmente la comunicación directa a través de diferentes plataformas que permiten llamadas y videollamadas, a través del teléfono móvil, equipo informático o TV, y en especial para la selección de personal usando plataformas como Skype, HireVue, Hyier, o InterviewStream.

En la actualidad, las entrevistas de trabajo suelen realizarse en tres fases que pueden variar según el criterio de cada empresa. En primer lugar, una vez recibido el currículum vítae y comprobado que el candidato reúne los requisitos, se realiza un primer contacto telefónico; en la segunda fase, una entrevista en profundidad a través de la red y si el candidato supera las dos primeras fases pasará a la tercera y definitiva presencial que suele ser semi-estructurada (Macan, 2009).

En cuanto a la enseñanza de estrategias para una satisfactoria entrevista laboral, muchos trabajos se centran en la simulación (véase, por ejemplo, Snaid, 2008). En este módulo, por tanto, se siguen estas pautas y se muestran varios ejemplos de prácticas adecuadas e inadecuadas.

2.4. La cortesía en el mundo laboral virtual

En lo que respecta a la cortesía en el ámbito profesional, mucho se ha dicho respecto de la comunicación en línea. Cada modo de comunicación en línea tiene unos requisitos a la hora del estilo de comunicación que se emplea (Bieswanger, 2013). Por ejemplo, en el estudio de Garcés-Conejos Blitvich y Bou-Franch (2008) que examina páginas web de comercio electrónico en España y Estados Unidos, se llega a la conclusión de que las convenciones del modo de comunicación empleado para el comercio electrónico ejercen mayor influencia en el uso de estrategias de cortesía que las convenciones de las culturas nacionales de los participantes. Por consiguiente, siguiendo los resultados de una encuesta previa sobre el uso de las nuevas tecnologías en España elaborada por el equipo investigador (García-Carbonell et al. 2015), los módulos de aprendizaje creados tratan la cortesía principalmente en el correo electrónico, el modo de comunicación más usado en el trabajo virtual. Al respecto, varios estudios señalan que el correo electrónico en el trabajo puede ser el lugar adecuado para, entre otros objetivos, disculparse haciendo uso de normas de cortesía adecuadas para así crear un clima de trabajo propicio (véase, por ejemplo, Waldvogel, 2007). En estos trabajos se ha observado cómo la interac-

ción se ve afectada por el estatus de los participantes, el estilo usado o el contenido del mensaje. Las normas de cortesía y el modo de comunicación empleado o el uso de una lengua nativa o no también son claves para conseguir una interacción exitosa en el trabajo virtual (véase, por ejemplo, Shovholt, Grønning, Kankaanranta, 2014).

En cuanto al aprendizaje de las normas de cortesía adecuadas para la correcta comunicación, instituciones como Fundéu han elaborado manuales que marcan las pautas para una adecuada comunicación en línea en el trabajo. En el correo electrónico, por ejemplo, se ha recomendado que estos deben incluir tratamientos de cortesía correctos que implican que, en general, los correos deben ser formales, serios y muy directos. Normalmente, deben incluir saludos y despedidas apropiadas en los primeros contactos, así como el cometido laboral de la persona que escribe, nombre y cargo. Especial atención se debe prestar a los correos donde participen hablantes de diversas culturas, sobre todo, si se usan abreviaturas que pueden llevar a confusión. Cuando las relaciones empresariales incluyen a hablantes de varias culturas hay que tener especial cuidado en el uso de abreviaturas y hay que evitar dar lugar a malas interpretaciones debido a las palabras, giros o expresiones utilizadas. Esto es lo que tradicionalmente se ha dicho sobre las normas de cortesía en este modo de comunicación en línea. Sin embargo, Darics (2016) indica que cada comunidad de práctica en línea sigue unas convenciones determinadas y aconseja observar el comportamiento en línea de los demás trabajadores antes de aventurarse en el uso de estrategias discursivas que pudieran sorprender e incluso desagradar a los demás participantes de ese mundo laboral virtual. Según esta autora, en algunos casos las estrategias de oralización tradicionalmente denostadas pueden convertirse en estrategias de socialización que permiten intercambios comerciales más fluidos y cercanos.

El Módulo 2 para la comunicación virtual se hará eco de los aspectos anteriores referentes a la cortesía y dedicará también una unidad final a la diferencia entre tú y el usted. Asimismo, tratará en una sección las recomendaciones de los expertos centradas en elegir qué forma de trato usar desde el principio y ser coherente, tanto en los documentos en la red como en otros entornos, en definitiva, ser coherente con la imagen corporativa deseada desde el principio y en todos los modos de comunicación de la empresa. La elección es, sobre todo, un recurso estilístico que tiene como objetivo crear una imagen de la empresa de cara al cliente (Aijón Oliva, 2009).

3. CONCLUSIÓN

Así pues, el Módulo 2, dedicado a la competencia intercultural diseñado en este proyecto trata de plantear estrategias en el campo de la comunicación virtual para paliar la escasez de materiales en este ámbito profesional. El módulo incluye aspectos sociolingüísticos teóricos relacionados con la competencia intercultural y los ilustra con ejercicios prácticos. Los materiales creados cubren el hueco sugerido por el MCER (2002) en relación a las destrezas y habilidades interculturales demandadas. También responde a la necesidad detectada en el Informe Mundial de la Unesco (2009) de fomentar la sensibilidad cultural en la producción y el consumo de los contenidos de la comunicación y la información; a estos efectos, el Informe apoya la producción y distribución de material audiovisual innovador y diversificado, objetivo final de CoMoWiVo.

BIBLIOGRAFÍA

Aijón Oliva, M. Ángeles. "Tú y usted como estrategias de estilo y persuasión en la comunicación publicitaria". *Digitum* (2009): 1-28.

Aneas, Assumpta. "Competencia intercultural: competencia clave en las organizaciones actuales". *Vivir entre culturas: una nueva sociedad*. Ed. Encarnación Soriano. Madrid: La Muralla (2009): 151‑175.

Bieswanger, Markus. "Micro-linguistic structural features of computer-mediated communication". Eds. Susan Herring, Dieter Stein y Tuija Virtanen. *Pragmatics of Computer-mediated Communication*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter, (2013): 463-487.

Capras, Deborah. *Small Talk: B1+ (Collins Business Skills and Communication).* London: HerperCollins Publishers, (2014).

García-Carbonell, Amparo, MacDonald, Penny, Montero-Fleta, Begoña. & Pérez-Sabater, Carmen. "Linguistic Needs in Virtual Communication and Labour Mobility: CoMoViWo Project". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *212*, (2015): 316-322.

Hernández-Flores, Nieves. "La cortesía como búsqueda del equilibrio de la imagen social". Eds. Diana Bravo y Antonio Briz. *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español.* Madrid: Ariel. (2004): 95-108.

Holmlander, Disa. “Atenuación con y sin cortesía”. *III Coloquio Internacional del Programa EDICE.* Departamento de Filología Española, Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació, Universitat de València/Programa EDICE. (2008): 730-754.

Garcés Blitvich-Conejos, Pilar y Bou-Franch, Patricia. “Cortesía en las páginas web interactivas. El comercio electrónico. Cortesía y Conversación. De lo escrito a lo oral”. *III Coloquio Internacional del Programa Edice* Valencia: Universitat de València. (2008): 468-488.

Guilherme, Manuela. “Intercultural competence”. Ed. Michael Byram. *Routledge Encyclopedia of Language Teaching and Learning.* London and New York: Routledge, (2000): 297-300.

Informe Mundial de la UNESCO. *“Invertir en la diversidad cultural y el dialogo intercultural*”. (2009). http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755S.pdf

Instituto Cervantes. “Marco de referencia europeo para el aprendizaje, la enseñanza y la evaluación de lenguas”. Madrid: Instituto Cervantes. (2002).

Kassim, Hafizoah y Ali, Fatimah. “English communicative events and skills needed at the workplace: Feedback from the industry”. *English for Specific Purposes*, 29(3) (2010): 168-182.

Macan, Therese. “The employment interview: A review of current studies and directions for future research”. *Human Resource Management Review*, 19(3) (2009): 203-218.

Paricio-Tato, Silvina. “Competencia intercultural en la enseñanza de lenguas extranjeras”. *Porta Linguarum* 21 (2014): 215-226.

Magro, Carlos et alii. “Cultura digital y transformación de las organizaciones. 8 competencias digitales para el éxito profesional”. Ed. RS. RocaSalvatella. (2014): 1-50.

http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/maqueta_competencias_espanol.pdf

Waldvogel, Joan. “Greetings and closings in workplace email”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2) (2007): 456-477.