La negociación de la forma de tratamiento pronominal: Una aplicación en el español de los negocios

María Cecilia Ainciburu
Università di Siena (Italia)

Este trabajo explora diferentes caminos con el objetivo de encontrar un buen modo para enseñar algunos aspectos de cortesía lingüística a nuestros alumnos de español como lengua extranjera. La idea de base es que un docente, antes de realizar una planificación didáctica, debe poseer ciertos elementos de descripción de un determinado fenómeno lingüístico. Dichos elementos se espera que no provengan de su experiencia como hablante nativo del español, sino de estudios documentados y no intuitivos.

Dado que el tema de las reglas de cortesía resulta demasiado amplio, hemos elegido acotar el tema a partir de una pregunta que surgió en un curso de postgrado de Economía en el que se enseñaba español para negociadores: ¿qué sucede cuando nos tratan de *tú* y nosotros queremos mantener la distancia del *usted*? Este tema es lo que incluimos bajo el título de «negociación de la forma de tratamiento pronominal». Ahora bien ¿dónde podemos encontrar, como profesores, una descripción lingüística del problema real que se adapte a la enseñanza del tema en el aula?

Nuestra primera idea, buscando una descripción, fue la de consultar los trabajos de análisis del discurso o de la conversación y los trabajos sociolingüísticos sobre cortesía. En estos estudios es posible encontrar una descripción variada de las formas de tratamiento en el mundo del español: los españoles tutean mucho más que los sudamericanos, los rioplatenses utilizan formas verbales voseantes, se difunde la costumbre de usar vocativos «a la inglesa» para indicar distancia o intimidad, etc. Sin embargo, el problema de la negociación de tratamiento pronominal no se ha descrito en modo igualmente detallado. En los últimos años los estudios de campo sobre las estructuras lingüísticas con las que expresamos las estrategias de cortesía en la lengua española han avanzado mucho. Pero esperamos aún, como profesores, una elaboración de los datos que no sólo esté más centrada en el mundo del español, sino que nos permita poner un orden en la variedad de formas que los sociolingüistas relevan en la realidad dialectal de nuestra lengua. Esto porque nos falta, como profesores de lengua, una progresión detallada de los contenidos pragmáticos que debiésemos enseñar.

Dado que no encontramos respuestas en el análisis del discurso, pensamos en acudir a los manuales de Español de los Negocios. Desgraciadamente, estos están aún en pañales. Esto sucede porque a la invasión de material para nivel inicial no corresponde una prosecución metodológica.[1]

---

[1] Este trabajo pretendía centrarse sobre el material del cual disponemos en ELE para enseñar cortesía y formas de tratamiento. Luego, cuando tuve delante el material que ofrecen las consultoras de marketing y las oficinas de formación empresariales, me di cuenta de que el material era muy rico porque enseñar estas estrategias pragmáticas no es patrimonio de los profesores de lengua extranjera, sino algo que aprendemos en nuestra propia lengua materna y que, en muchos casos, aprendemos en modo no natural, cuando hemos ya cerrado el periodo que caracterizamos normalmente como periodo de adquisición.

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

Ninguno de los manuales en comercio ha publicado un nivel 3, o sea un nivel intermedio-superior y, por eso, aunque todos los manuales enseñan a presentarse y a saludar, –dando algunas reglas de etiqueta que sirven como base para atribuir la forma de tratamiento pronominal–, luego, cuando se supone que los alumnos avanzan en su competencia lingüística, el tema no vuelve a ser abordado.

La falta de contenidos estrictamente sociolingüísticos o didácticos que pudieran convertirse con rapidez en operativos hizo que intentáramos otros caminos de investigación y esto es lo que describimos a lo largo de este trabajo.

1. La competencia pragmática del alumno de Español de los Negocios

Intentamos, en primer lugar, ver el problema desde el punto de vista no lingüístico de una escuela de formación de dirigentes, de trabajadores que aprenden a negociar tanto en su propia lengua como en una lengua extranjera. Tengamos en cuenta que, por muchos años, se ha hablado en el mundo de los negocios de un proceso de convergencia en el estilo de hacer negocios. Algo que se conocía como «el mejor modo de negociar» (*one best way of managing*) y que era la consecuencia lógica, un efecto colateral, de trabajar en un mundo que sufría un fuerte proceso de globalización. En el siglo pasado y durante las décadas setenta y ochenta muchas empresas se expandieron, se hicieron multinacionales y requirieron personal dirigente residente en el país de instalación de las filiales. Muy pronto los ejecutivos de las empresas internacionalizadas se dieron cuenta que no era simple, ni fácil, y la mayor parte de las veces tampoco eficaz, transferir modelos abstractos de organización o de transacción a países diferentes. Se comprendió entonces que, desde el punto de vista empresarial, un modelo estándar de organización del trabajo o de negociación llevaba al fracaso. Durante los años noventa se verifica un cambio de tendencia que se conoce con el nombre de localización, un proceso que busca la adaptación de una organización dada (filial, sucursal, etc.) a un territorio que posee una fisonomía sociopolítica determinada.

En la actualidad la tensión entre las tendencias a la globalización y a la localización forman parte del dilema organizativo de todas las empresas internacionales. Así, la empresa Mc Donalds vende sus hamburguesas en todo el mundo, pero también ensaladas de pasta en Italia y salsa curry en India. Esta tensión se define generalmente con el término *glocalización*, traducido directamente del inglés *glocalisation* propuesto por Trompenaars y Hampden-Turner (1997).

El caso de las empresas multinacionales resulta emblemático, pero el problema de la mediación cultural no sólo afecta a este tipo de empresas, sino también a las que quieren deslocalizar o a las que simplemente se plantean alargar su cartera de ventas a una clientela internacional. La relación exitosa entre culturas, queda claro, es una de las bases para comerciar, en el sentido más amplio de la palabra. Por eso dice Alberto García-Jurado (1999: 2):

> Para relacionarse exitosamente con otras culturas, el emprendedor no sólo debe aprender las bases del idioma y algunas de las fórmulas de cortesía básicas (un importante primer paso), sino también estudiar su historia, raíces culturales, comprobar la autenticidad de la percepción y posibles prejuicios que tenga sobre otra cultura y los mismos que puedan tener los extranjeros sobre la suya.
>
> Interactuar con personas de otros países que conocen, aprecian y respetan nuestra cultura y tradiciones nos predispone a llevar a cabo procesos positivos de interacción, tanto personales como de negocios. Piénselo, cuando un extranjero conoce nuestra historia, aprecia nuestra comida o habla nuestro idioma ¿no se siente más predispuesto a ofrecerle apoyo, amistad y cooperación?

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

Todo indica que, por otras vías, el mundo de los negocios ha llegado a la misma convicción a la que había llegado la lingüística proponiendo, para el aprendiente de una lengua extranjera, una competencia sociolingüística (Canale y Swain ,1980) o, mejor aún, una competencia intercultural (Soderberg, 1995).

La mayor parte de los consultores de negocios y de los mediadores interculturales señalan que la lengua extranjera «contiene», en parte, la base para los malentendidos o para la intercomprensión en el mundo de los negocios, pero pocos hacen un análisis más profundo del problema.

> Resulta en cierta medida sorprendente constatar el breve y a veces muy escaso espacio que una parte muy importante de los investigadores de la comunicación intercultural dan a la lengua y al uso de la lengua en sus trabajos. Sirvan de ejemplo los siguientes datos. Trompenaars y Hampden-Turner, en su trabajo sobre la comunicación intercultural que se extiende en más de 265 páginas, dedican a la lengua un escueto párrafo titulado «The spoken word» (2000: 75) y, estrictamente analizado, una línea en el párrafo titulado «Language and meta-language» (2000: 205); Hofstede (1991) dedica más espacio y atención a la lengua que los autores anteriores. Aquí, aparecerá tratada más o menos extensamente en unas 17 páginas de un libro que tiene un total de 352 páginas. Schneider y Barsoux en su libro *Managing across cultures* (1997) dedican atención en 9 páginas de las 265 que conforman el volumen a temas relacionados con la lengua y su uso. Por último, cierra este breve bosquejo el trabajo de Gannon (1994). De las 375 páginas sólo dedicará un par de líneas y a lo sumo un par de párrafos a la lengua a lo largo de 11 páginas (Van Hooft- Korzilius 2001: 3).

Hace ya más de un decenio el matrimonio Hall (1990) había planteado una división entre culturas donde la lengua y el discurso están implicados: según los autores existirían dos culturas que se definen como de baja y alta contextualización. Lo países nórdicos y anglosajones (y parte del mundo occidental globalizado) vivirían en un contexto donde valores y normas son explícitos, escritos en textos legales y donde el uso de la lengua resulta directo y lineal. Por el contrario, el valor del contexto lingüístico en los países asiáticos y latinos, sería muy alto porque usos y costumbres se transmiten por vía oral y el discurso se transforma en una estructura circular, indirecta y frecuentemente intrincado de circunloquios y digresiones. Así planteado el mundo, como una dicotomía sin claroscuros y sin apoyos analíticos, queda claro que resulta un marco de referencia pobre y poco aplicable.

De todos modos, aunque el problema teórico de la clasificación cultural sea tan complejo y nos deje con tantas dudas, es evidente que en la práctica los directivos actúan basándose en un sistema de datos empíricos y de experiencia; porque es un hecho que en las escuelas de negocios se enseña a tratar; muchas veces, no sólo a los extranjeros, sino también a los dirigentes en su lengua materna.

Esta dificultad en utilizar modelos demasiado rígidos de patrones culturales, nos induce a intentar una vía de «Orientación experimental» (Firth, 1995) en la cual analizamos negociaciones reales para construir un corpus a partir del cual estudiar el problema. Somos conscientes del hecho de que el corpus resulta siempre una simplificación de la realidad y que los resultados obtenidos podrían no ser los representativos de todas y cada una de las formas presentes en la realidad.

2. La elección de la forma de tratamiento según la etiqueta empresarial

Antes de hacer un estudio de campo sobre la negociación de tratamiento, intentemos ver qué dicen al respecto los libros de protocolo, que debieran proporcionarnos los resultados de la obser-

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

vación de las reglas de cortesía en situaciones formales. Usamos el término etiqueta o protocolo empresarial,[2] ya muy difundido en las escuelas de negocios, para incluir un tipo de cortesía inicial, de tipo ritual, pero dejando en claro que, en el contexto en el que estamos trabajando, el objetivo de los hablantes no es la mera *cortesía valorizante* (Kerbrat-Orecchioni, 2001) que tiene un fin en sí misma, sino que todos los mecanismos de la cortesía persiguen, como fin último, el que un trabajo, un proyecto o un negocio lleguen a buen fin. La infracción de las reglas de cortesía y de tratamiento pronominal, que se producen desde luego también entre hablantes nativos,[3] pueden, en el ámbito de la empresa, tener recaídas inmediatas en el fracaso de una transacción, en la disgregación de grupos de trabajo y en muchas acciones sociales que se traducen velozmente en términos económicos (García 2002: 55 ss., Briz 2002: 130 ss).

Esta es, por ejemplo, la indicación sobre como comportarnos durante una campaña de ventas de Navidad:

> Diciembre 1998
> Lo Cortés... Sí Quita la Mala Imagen
> **Provoque sensación de bienestar y mejore su imagen en el mercado**
> Por Leann Anderson
>
> Al iniciar la temporada navideña, existe mayor necesidad de mostrar cortesía y buena voluntad para brillar entre tantas luces, adornos y letreros de «Oferta». En estos tiempos, dirigir un negocio causa tensiones y, para muchos, éstas aumentan en noviembre y diciembre. Para colmo, uno no está solo en las locuras de las fiestas: los clientes presionados se muestran exigentes, malhumorados y, en ocasiones, groseros.
>
> Por lo tanto, en medio de toda esta presión, cabe preguntarse si vale la pena hacer esfuerzos por mostrar cortesía, amabilidad y buen humor. Existen buenas razones para hacerlo:
>
> **1. Es la conducta adecuada.** Los clientes acuden a su negocio para comprar. Lo han elegido entre sus competidores y bien merecen su gratitud. Después de todo, son la razón por la cual usted está en el mundo comercial. Por consiguiente, mostrarles más cortesía debe ser parte de la política.
>
> **2. La amabilidad atraerá clientes fieles.** Algunas investigaciones han demostrado que la gente recuerda bien a quienes han hecho algo más por ellas, así sea algo tan sencillo como el de cargar sus compras al auto. Pensar en lo que puede complacer a sus clientes y hacerlo es un camino garantizado para ganar su lealtad incondicional. No crea que el buen servicio y la cortesía se olvidan. Las recomendaciones viajan a la velocidad de la luz, y el resultado se notará rápidamente. Quizá sea el rasgo que lo distinga favorablemente entre sus competidores.
>
> **3. La cortesía engrasa las ruedas de cualquier carreta de mercadotecnia.** Nada ayuda más a un negocio que proyectar una imagen positiva y entablar relaciones amables con su clientela, y destinar el tiempo necesario para hacer que la gente se sienta importante, usted añade valor a sus cam-

---

2 Los manuales de etiqueta utilizados en este trabajo –Redmon (2005), Marín Calahorro (2004), Correas Sánchez (2004) y Cuadrado Esclapez (2000)– han sido elegidos porque están escritos por hablantes nativos de español y para hablantes de español. La mayoría de los manuales que se encuentran en comercio son traducciones del inglés o del francés.

3 Los mecanismos generales de la cortesía desde el punto de vista lingüístico no serán tratados aquí, aunque los rasgos básicos de *poder* y *solidaridad* (Fernández Moreno, 2004) o de *autonomía* y *filiación* (Bravo 1998, 1999 y 2001) podrían utilizarse como base teórica de los conceptos de formalidad e informalidad. Para un repaso general del problema de la cortesía en los actos de habla puede ser útil la lectura de Iglesias (2001: 271-287).

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

pañas de mercadotecnia. Además, recibirá halagos sinceros de sus clientes que podrá utilizar para publicidad en boletines de prensa, anuncios y correo directo.

4. La cortesía es un vínculo que mantiene las relaciones de su negocio. La gente es consiente de la «personalidad» de su empresa. Si se reconoce como «la amable panadería de la esquina», más vale asegurarse de que todos los representantes del negocio sean amables con los clientes. Cuando la gente se siente bien con la personalidad de su negocio, es más fácil que confíe en sus mensajes publicitarios y responda de manera positiva.

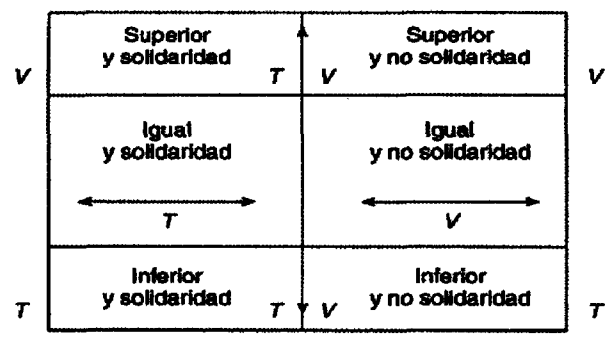
A continuación enumeraremos algunas formas de cortesía sencillas que pueden crear una atmósfera agradable con sus clientes.

- Establezca horarios de trabajo que coincidan con los horarios de trabajo de sus clientes.
- Recuerde los nombres de sus clientes y trate de ofrecerles atención personalizada.
- Ofrezca varias opciones de pago, como pueden ser tarjetas de crédito, abono, cheques o cuentas personales.
- Pregunte la opinión del cliente y haga seguimiento después de la venta para comprobar que todo marche sobre ruedas.
- Sonría con calidez y frecuencia; escuche atentamente; sea generoso y sincero con sus palabras de agradecimiento.

Su campaña de mercadotecnia podrá ser todo lo ingeniosa e incisiva que quiera, pero si no está acompañada de un espíritu de servicio y cortesía que refuerce el mensaje, sólo traerá una victoria pasajera.

El término etiqueta empresarial esconde un patrón sobre el cual se modelan ciertas conductas de tratamiento social, del mismo modo que muchas teorías modernas de la cortesía encuentran una base en los clásicos *manuales de urbanidad*, como el propuesto por Fernández Moreno (1988). Por esa razón, los libros de etiqueta empresarial pueden servir como punto de partida, en muchas actividades didácticas, cuando se trate de enseñar formas de cortesía en la clase de ELE.

La elección de las formas pronominales de tratamiento están presididas, tanto en la lingüística como en la etiqueta, por el mismo principio: la dicotomía formalidad/informalidad. En lingüística esto implica un modelo más sofisticado, dado que incluye niveles de familiaridad que difícilmente son dominantes en las relaciones comerciales. Así en el modelo de Brown y Gilman los conceptos de informalidad se despliegan en los de superior/inferior y solidaridad/no solidaridad, como se ve en el siguiente cuadro los resultados posibles son:



nota: en este cuadro V corresponde al uso de la forma *usted* y T al del pronombre *tú*.
Adaptado de Brown-Gilman (1968)

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

La teoría de estos autores localiza la zona de conflicto en el tratamiento entre superiores e inferiores. Dicha situación puede generar problemas tanto de tratamiento asimétrico como de negociación del mismo.

El conflicto entre formalidad e informalidad parece anularse en el mundo de la empresa, al menos en un primer momento: «*El usted es la expresión de respeto a las personas. Debe usarse, además, como primer escalón del tratamiento a las personas*» (Correas Sánchez, 2004: 36). Todas las otras posibles formas de tratamiento surgen desde este primer momento. De todos modos, a pesar del peso de la máxima, podemos explicitar aún más las condiciones de este uso pronominal; deberíamos usar el *usted*:

- Cuando recién conocemos a una persona, ya sea si nos vemos obligados a presentarnos nosotros mismos que si nos la presentan y, en este último caso, aun cuando la persona que presenta nos tutea.
- Cuando hablamos con jefes o personas de superior categoría, para demostrar respeto a las jerarquías.
- Cuando nos toca hablar con alguien del mismo nivel, pero al que no hemos conocido previamente.
- Con las personas de inferior rango en la empresa, a las que obligaríamos a un tratamiento asimétrico dado que, por su categoría o trabajo, no tienen permitido el tuteo.

Estos usos parten de unas reglas que parecen bastante rígidas y pueden efectivamente serlo en ciertos contextos. y sobre todo en la sensibilidad del español peninsular en el cual el uso del tuteo es muy frecuente. De todos modos los estudios de campo (Bravo-Briz, 2004) parecen demostrar que la sensibilidad negativa al tuteo es bastante significativa fuera de la Península.

Los manuales de etiqueta nos advierten del peligro de tener que negociar la forma de tratamiento:

> Utilizaremos el *Usted* con todas aquellas personas que no conozcamos, que acaben de sernos presentadas, o que nos merezcan un especial respeto por su categoría social o profesional.
>
> La prudencia aconseja «Pecar» de exceso de educación antes que atribuirnos confianzas que no nos hayan sido concedidas expresamente. En caso de duda, siempre se cumple recurriendo al uso del «Usted». Si empezamos una relación tomándonos unas «confianzas» que no nos corresponden, podemos pagar el precio de una enojosa reprobación, como por ejemplo:
>
> - *¿Acaso le he dado autorización a tutearme?*
>
> La sociedad ha evolucionado con gran rapidez, y el tuteo se ha convertido ya en algo normal en prácticamente todas las situaciones.
>
> Las expresiones que se utilizan habitualmente para proponer el tuteo son:
>
> ¿Qué tal si nos tuteamos?
>
> ¿Me permite que le trate de tú?, etc.
>
> ¿Quién debe proponer el tuteo?
>
> Las reglas de etiqueta siguen proponiendo el tuteo a:
>
> La señora proponer el tuteo al caballero
>
> A la persona de mayor de edad proponer el tuteo a la más joven.
>
> A la persona de mayor de edad categoría profesional proponer el tuteo a la de menor categoría profesional.[4]

[4] La letra cursiva pertenece al texto citado, en este caso a Cuadrado Esclapez (2000: 45).

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

3. La negociación de tratamiento

Hasta aquí el marco teórico. Hemos recorrido la bibliografía que avala la pertinencia de enseñar formas de cortesía en el mundo de los negocios, hemos visto de qué modo funciona la simplificación protocolar con algunas indicaciones de tipo lingüístico (de tratamiento pronominal), pero sin referencias claras a la negociación de la forma de tratamiento. Intentaremos trabajar, como lo hace un sociolingüista, para establecer qué es y cómo se produce la negociación de tratamiento pronominal en español.

Una de las características de la negociación del tratamiento pronominal desde el punto de vista lingüístico está en el hecho de que se trata de un conjunto de emisiones muy convencionales ya sea en su contenido como en su forma lingüística (Bravo 2004). En la realización de dichas emisiones parece primar lo que se conoce como principio de *prioridad* o *de preferencia social,* que se caracteriza como una estrategia de imagen que se practica en secuencias cuyas intervenciones son muy predecibles, o sea, que dada la intervención inicial la respuesta reactiva positiva o negativa requiere fórmulas casi fijas en el caso de la comunicación dialógica colaborativa. Así, en una invitación, una orden, un pedido, etc. la regulación de los turnos conversacionales y el valor y estructura de las respuestas es muy convencional. Y como toda infracción a la convención social debe ser salvada o sancionada si la respuesta reactiva es negativa o supone un deniego, se espera que si el participante no tiene la intención de colaborar construya su respuesta con una formula atenuada, lo que en estos casos incluye generalmente la justificación:[5]

1. Claudia, le pido un favor ¿me podría llevar estos cheques al banco?
2. Sí, claro, pero estoy escribiendo la carta urgente para el abogado Malbrán...
1. Ah, no se preocupe, le pido a Marta.

Aquí, aunque no existe un deniego completo –la secretaria inicia la frase con el esperado «sí, claro»–, la cláusula adversativa presenta una negación parcial. Esta respuesta contiene un supuesto, que la escritura de la carta era «urgente» para el mismo jefe. El hecho de presentar la contradicción atenuada es lo que hace que la respuesta sea cortés y que la tarea sea asignada a otra persona. Lo que se lee en realidad es «no puedo hacer dos cosas a la vez, elija usted el orden de mis tareas». La secretaria mientras tanto tiene salvada su imagen con la respuesta afirmativa inicial.

En el caso de la negociación pronominal también podemos trabajar con un esquema como el de las secuencias convencionales dado que se presume, en una forma de tratamiento, que a una proposición inicial corresponda otra que conserve el uso pronominal propuesto. Esta propuesta inicial puede postularse ya sea para los tratamientos simétricos como para los asimétricos, dado que en ambos casos existe un patrón cultural que determina la respuesta de máxima colaboración (la aceptación del tratamiento) o la negociación del mismo.

Para constituir un corpus de ejemplos para utilizar en ámbito didáctico y para realizar una clasificación cualitativa, se recurrió a una técnica de simulación solicitando a cuatro hablantes mujeres y a cuatro varones que representasen las situaciones a partir de consignas, pero sin guión, para que el resultado fuese, en lo posible, similar a una conversación real. Tales simulaciones han sido registradas con vídeo en las ciudades de La Plata (Argentina) y Montevideo (Uruguay), por lo cual

[5] Corpus *Tratempresa*, ejemplo 26.

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

los hablantes utilizan sus variedades de dialecto rioplatense. Los ejemplos, por tanto, no resultan parte de un corpus completamente espontáneo porque no han sido registrados en condiciones de cámara oculta. Por otra parte no existe un corpus específico para el español de la empresa y esta técnica ha sido ya utilizada para la constitución de otros corpus[6]. El corpus constituido toma como nombre el de *Tratempresa*.

Según los ejemplos recogidos en el corpus *Tratempresa* , existen dos tipos de **negociación de tratamiento**:

Tácita o simplificada: donde la negociación como proceso no toca el ámbito lingüístico. La secuencia arquetípica es la intervención de un hablante A a la que sigue la intervención de un interlocutor B que contrasta el uso de la forma de tratamiento propuesta por A. En la tercera intervención A admite tácitamente un error de tratamiento y se adecua inmediatamente a la forma propuesta por B:

- ¿Necesitabas algo?
- Querría que me dijese donde puedo realizar este trámite [muestra unos formularios]
- Mm...vaya al tercer piso y pregunte por el ingeniero Rodríguez.

A veces no es ni siquiera necesario que la intervención de B contenga una forma pronominal referida a A, sino que pueden bastar elementos mucho más simples –como la presentación por medio de un título– para inducir a un tratamiento más formal.

¿Buscabas a alguien?
Sí, soy el doctor Nieto y tengo cita con el director general.
Ah, sí, doctor Nieto, un momento que lo anuncio.

Explícita o elaborada: donde la negociación se produce verbalizando el conflicto y buscando una solución que conlleva un tratamiento lingüístico.

- Buenos días, Banco XX. ¿Hay algo en que te pueda servir?
- Disculpe, pero... ¿nos conocemos?
- No sé, señora, ¿por qué?
- Es que ahora en todos lados te dan del tú, sin ningún respeto...
- Es que tiene una voz juvenil
- Sí, pero soy una cincuentona y me molesta que una chica que no me conoce...
- Ah, bueno, disculpe. Es que acá nos enseñan así, a las telefonistas
- Les enseñan mal
- Si, señora, disculpe. Pero algunas personas prefieren... entonces...
- Y bueno que quería saber si ustedes tienen cajas de seguridad y a qué precio.
- Sí, claro que tenemos, le paso con el empleado que la va a informar...

---

6 Se tomó la idea a partir de las bases de construcción del corpus CREA donde los hablantes «conversaban» creyendo que realizaban una entrevista sin guión acerca de «cómo era antes Alcalá». Los hablantes son tres mujeres y tres hombres nativos y los dos hablantes restantes son italianos que hablan el español rioplatense desde hace más de diez años. Para una justificación teórica del uso de la simulación en estos casos véase van Hooft-Korzilius (2001).

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

Aunque este tipo de negociación no posee un esquema tan estricto como el de la forma tácita se caracteriza por la necesidad de buscar una justificación al tratamiento cuestionado. Este ejemplo muestra que la justificación se da aun cuando es obvio que no es cierta (la empleada trata de tú antes de sentir la voz de la señora y por lo tanto no puede saber si esta es juvenil o no). En los ejemplos que hemos examinado, ya sea para proponer tratamientos simétricos como asimétricos la justificación está «obligatoriamente» a cargo de la persona que ostenta el poder en el caso de la propuesta de tuteo y de la que no lo tiene en la propuesta de *ustedeo*. Para el último caso es suficiente la ejemplificación previa, para el primer caso proponemos la siguiente:

- Mire, Alejandro, no sé desde hace cuantos años lo conozco; pero era amigo de su viejo y me acuerdo de usted cuando era pibe. Ahora me parece que vamos a trabajar en el mismo proyecto y que no le voy a dar de tú a los demás y a usted no ¿no le parece?
- Ah, bueno, por mí, está todo bien...si con Elsa (su mujer) hace muchos años que nos tuteamos.
- Entonces está bien ¿qué te parece? Si sos el hijo de Ernesto, claro...
- Lo único, que... tantos años no va a ser fácil. No te vayas a enojar si cada tanto no me sale...
- No, no, no...hacé un esfuerzo, vos también.[...]

En los dos tipos de negociación propuestos existe un primer par de turnos de habla que proponen una forma de tratamiento asimétrico. Algo hace que los hablantes rechacen esta forma de interrelación y propongan la resolución del conflicto y no permanezcan establemente en una zona de tratamiento asimétrico. Lo que define la situación como conflictiva (se necesita la negociación) o no conflictiva (permanece la forma de tratamiento asimétrico) es, en parte, el conocimiento por parte de los dos hablantes del estatus social de su interlocutor y de las formas de tratamiento que el reconocimiento de la respectiva distancia presupone. Así, cuando existe una forma de tratamiento consolidada socialmente (p. ej.: el alumno que trata a su profesor de *usted* aun cuando el profesor lo tutea), el cambio de tratamiento por parte del interlocutor que tiene el poder en la relación (el profesor que se concede el tuteo con el alumno) no implica y, a veces hasta elimina, la posibilidad de un tratamiento simétrico. Las negociaciones se producen, generalmente, cuando dos hablantes entran por primera vez en contacto y producen menos conflicto cuanta menos elaboración lingüística contienen. Esto es que en las formas tácitas el conflicto es menor que en las elaboradas, en parte porque la resolución de un conflicto verbalizado requiere, por cortesía, una fase siguiente de compensación de la amenaza.

Además de la diferencia de ocasión entre los dos tipos de negociación, existe una diferencia de uso entre ellas: es más probable que se recurra a la forma tácita para imponer el *usted* y que la forma *tú*[7] o el tratamiento asimétrico requieran una negociación explícita.

Finalmente hemos obtenido un corpus con el que podemos empezar a trabajar en el aula. No es un resultado alentador, porque somos conscientes de que un profesor no puede convertirse en especialista y realizar estudios de campo para cada uno de los temas que debe enseñar. Seguimos esperando una descripción de los contenidos pragmáticos –suficientemente detallada– para poder realizar un esquema de progresión de dificultad que nos ayude a programar.

---

[7] Se usa la forma tú entendiéndola como inclusiva para el ámbito del rioplatense la forma *vos*. Los mismos rioplatenses no hablan nunca de voseo sino que dicen «¿no me tuteás?».

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

4. Consecuencias didácticas

Desde el punto de vista práctico necesitaremos, a la hora de programar, una serie de puntos firmes sobre los que podamos construir la planificación. En un segundo momento, podremos acercar al alumno a modelos más complejos de tratamiento. Esta es la razón por la cual los manuales de español para la empresa asocian las formas de tratamiento a los conceptos de formalidad e informalidad en el primer nivel de enseñanza del español. De este modo, se traduce en términos no teóricos lo que antes habíamos explicado como formas de relación horizontal y vertical, fenómenos de poder y solidaridad, etc. Parece bastante obvio, y así se ve en los manuales, que los tratamientos de *tú* y de *usted* se asocien a las funciones de saludo y presentación y, gramaticalmente, a los usos verbales de segunda y tercera persona.

Por otra parte el concepto de formalidad e informalidad está presente, a pesar de las diferentes concreciones lingüísticas, en todas las lenguas europeas y en grado extremo en muchas de las orientales, por lo que nuestros alumnos pueden transferir provechosamente un concepto adquirido en la L1 a la competencia requerida en L2. Anotamos, dicho sea de paso, que la función de *saludar, presentar y presentarse* –que podemos considerar como elemento base de la relación interpersonal– está presente en todas las planificaciones teóricas como en las del Instituto Cervantes, en las del *Marco Común*, etc.

Hasta este momento hemos trabajado suponiendo que nuestra programación deba mostrar una serie de situaciones (la negociación pronominal, las formas de tratamiento, etc.) en el modo más ajustado posible a como suceden en la realidad. Todo parece aplicable perfectamente a la constitución de los *realia* a partir de los cuales diseñaremos las actividades propias de las destrezas de comprensión. En las de producción, en cambio, debemos contar con una variable que, generalmente, trabaja a nuestro favor y es la tolerancia que los hablantes del español tienen con los extranjeros cuando se trata del uso de la lengua. Existen pocos trabajos en los que podamos basarnos para saber hasta que punto esta tolerancia incide sobre la evaluación del error, pero quien haya trabajado con extranjeros sabe que los nativos son propensos a perdonar bastante los errores pragmáticos y lingüísticos.

Indicaremos dos posibles presentaciones didácticas para el tema de la negociación de tratamiento: una proveniente del campo de los negocios y otra más específicamente glosodidáctica.

En primer lugar tomamos nota de cómo las Escuelas de Negocios afrontan el problema de la enseñanza de las destrezas propias de la negociación intercultural a través de sistemas de simulación. Dichos sistemas presentan, como limitación, el hecho de que presuponen un cierto mayor o menor grado de alejamiento a las condiciones naturales de negociación, pero parten del principio comunicativo de colaboración y obligan a acomodar las diferencias de parecer o de intereses entre los participantes con el fin de tomar decisiones de mutuo acuerdo sobre temas relevantes. Desde el punto de vista del profesor de lengua requieren un nivel de competencia medio-alto y asumen una «clasificación» explícita de los modos de tratar en diferentes culturas con las que el docente debe concordar. Son *software* muy útiles cuando las clases prevén alumnos de distintas nacionalidades porque permiten contrastar actitudes, estereotipos y prejuicios entre participantes.

Hemos utilizado los siguientes programas:

1. *Interact* (Bolten, Van Hooft et al., 2000) perteneciente a la Escuela Superior de Negocios de Arnhem (HEAO), donde los participantes representan su propia cultura e intentan determinar las características de las otras culturas. Se presentan varias situaciones de negociación y de interacción.

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

2. *Ecotonos* (Hofner Saphiere, D. 2002) basado en la teoría de Tromenaars y Schein que supone la existencia de un cierto número de estilos de vida comparables por lo que los alumnos orientan sus conclusiones basándose en un cuadro de referencia (estilos de comunicación, valores, sistema legal, etc.). Existe una gradación de dificultad en las tareas propuestas.

Ambos programas han sido creados suponiendo que su utilización se realice en inglés, pero la traducción es muy simple. Una prueba de utilización en clase con hablantes que poseían conocimientos medio-altos de inglés y español resultó una experiencia muy productiva. Tales programas no han sido construidos específicamente para la negociación de tratamiento, sino para comparar estilos generales de negociación; de todos modos, dan una idea muy práctica de las estrategias necesarias para toda negociación y ayudan a trabajar con las actividades de metacognición necesarias en todos los casos en los que debemos enseñar contenidos pragmáticos.

Los modelos de simulación presentados son importantes como forma de didactización general de las estrategias pragmáticas en el mundo de la empresa y, por tanto, perfectamente coherentes con el tema de reflexión que nos interesa en este momento, pero seguramente no resuelven el problema de la didactización de la negociación de tratamiento pronominal que nos interesa. Puede constituir una excelente actividad de recopilación pero no podemos enseñar nuestro tema utilizando estos programas donde el «quién es quién» constituye sólo la primera parte del juego.

Nuestra propuesta didáctica hace uso de las bases teóricas propuestas por Doughty y Long (2003) y consistirá en la utilización de un esquema progresivo de tareas de las cuales, por problemas de tiempo, no daremos los «textos». En cada caso dichos textos serán constituidos a partir de input elaborado.

Propuesta para la enseñanza de la negociación pronominal tácita

1. Escuchar tres ejemplos de negociación de tratamiento tácita entre un hablante nativo y uno no nativo.
2. Escuchar cinco ejemplos de negociación de tratamiento tácita entre hablantes nativos mientras se emparejan las figuras de los supuestos hablantes. La dificultad progresiva consiste en el hecho de que en el primer caso hay disparidad de sexo, cargo, etc (por lo que el «error de tratamiento» es más importante) y en el último hay sólo falta de conocimiento previo entre hablantes del mismo sexo.
3. En parejas leer la primera frase de las negociaciones del punto uno y proponer una respuesta (no se busca que la recuerden)
4. Proponer una situación en la cual no tratarían nunca de *tú* a una persona y simular la escena con el compañero.
5. Utilizando un programa de realidad virtual tipo «apertura de puertas para la caza al tesoro» responder con el tratamiento adecuado (algunas veces incluso sin negociación) a las preguntas de los personajes que se presentan. En este caso el alumno quiere obtener una entrevista con el jefe pero pasa a través de cinco filtros (portero, oficina de ingreso, ascensorista, oficina llena de empleados, oficina con la secretaria del jefe).

Tarea meta: Proponer una primera estrategia para ser tratados de usted.

Una propuesta semejante podría articularse para la negociación elaborada. En los dos casos se partirá de la convicción de que las tareas son la unidad de análisis apropiada para el diseño didác-

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes

tico en los cursos de español de los negocios, dado que constituyen un punto de partida más justificable, desde el punto de vista de la lingüística aplicada, respecto a los textos auténticos usados normalmente para proponer actividades.

Con este tipo de tareas contribuimos a desarrollar un primer postulado de la mercadotécnica:

> El *usted* seguirá siempre vigente en la primera fase de una relación, sobre todo cuando usted quiere imponer un estilo de negociación. Si quiere imponer sus ideas y se deja dar de *tú* ha perdido ya la primera batalla (Olamendi , 2005: 24).

Bibliografía

BOLTEN, J., y A. VAN HOOFT et al.: *La negociación Intercultural: Un ejercicio práctico*. Intercultural negotiation training. Sterenfels: Wissenschaft und Praxis, 1999.

BRAVO, D; y BRIZ, A. (eds): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Madrid, Ariel Lingüística, 2004.

BROWN, R. y GILMAN, A.: «The Pronouns of Power and Solidarity», en Sebeok T. (ed.): *Style in Language*. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1960253-276.

CANALE, M. y SWAIN, M. (1980): *Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing*, Applied Linguistics, Vol. I, 1: 1-47.

CORREAS SÁNCHEZ, G.: *La empresa y su protocolo*. Barcelona, Protocolo, 2004.

CUADRADO ESCLAPEZ, C.: *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid: Fundación Confemetal, 2000.

FERNÁNDEZ MORENO, F.: «Interacción comunicativa y cortesía», en: *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*, Barcelona, Ariel, 1999, 141-157,

FIRTH, A. (ed.): *The discourse of negotiation. Studies of language in the work place*. Oxford: Pergamon, 1995.

GARCÍA-JURADO, A.: «Lo que todo emprendedor debe saber antes de hacer negocios en otros países», en: *Cruzando Fronteras*, México: CI Consultants, 1999.

HALL, E. Y HALL, M.: *Understanding cultural differences*. Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1990

IGLESIAS RECUERO, S.: «Los estudios de la cortesía en el mundo hispánico», *Oralia*, 4, 2001, 245-287.

KERBRAT-ORECCHIONI, C.: «"Je voudrais un p'tit bifteck": la politesse à la française en site commercial», en: *Les carnets du CEDISCOR*, 7, 2001, 105-118.

MARÍN CALAHORRO, J.: *El protocolo en los actos de empresa: la gestión de eventos corporativos*. Madrid: Fragua, 2004.

OLAMENDI, G.: *El estilo en las tratativas comerciales*. México: Aire, 2005.

REDMON, M.: *Etiqueta y buenos modales: la nueva cortesía empresarial y social*, Buenos Aires: Gestión, 2005.

SODERBERG, A. M.: *Teaching (Inter)Cultural Awareness*, en Aarup Jensen, A. et al. (eds.) *Intercultural Competence*. Vol II, 1995, 285-304.

TROMPENAARS, F. y HAMPDEN-TURNER, C.: *Riding the waves of culture*. London: Nicholas Brealey, 1997.

ASELE. Actas XVI (2005). MARÍA CECILIA AINCIBURU. La negociación de la forma de tratamiento pronomi...
Centro Virtual Cervantes