FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA SOCIOCULTURAL EN UN CURSO DE E/LE

Elsa Gómez Casanova

Universidad de Milán

Resumen

En este artículo se presentan algunas soluciones terminológicas y pretende ser una reflexión sobre la utilidad de los modelos de competencia lingüística, comunicativa, pragmática e intercultural, destacando la importancia de la *competencia comunicativa intercultural* (Oliveras 2000) y la relevancia que la sensibilidad intercultural del profesor adquieren a la hora de programar un curso de español con fines específicos y, en concreto, de español de los negocios.

La cultura debe su existencia y permanencia a la comunicación. Comprender las características de lengua (sintaxis, gramática, pragmática…) del Otro es el primer paso a la aproximación de su cultura y su imaginario, en tanto que "la lengua no es un instrumento de comunicación, es el horizonte mental, el universo psicolingüístico y el medio perceptivo, conceptual y estético del Otro" (Cuenca Montesino 2001) –Heidegger: "el lenguaje es la morada del ser"–. De ahí que podamos afirmar que el ser humano es un ser básicamente cultural y necesita una lengua común para comunicarse, aunque eso no sea garantía de una buena comunicación intercultural.

Intentaremos aclarar y establecer algunos términos para tener un punto de referencia y poner algunos límites a este artículo. Todos sabemos lo difícil que ha resultado definir el término cultura a lo largo de la historia y, como consecuencia, a lo largo de la Didáctica de las lenguas extranjeras. Así, A. L.

Kroeber y C. Kluckhohn recogieron 160 definiciones en el periodo comprendido entre 1871 y 1950, fecha en la que el padre de la antropología se aventura a una primera definición.

Lo primero que nos llama la atención del término "cultura" es su ambigüedad y su dificultad de aprehensión. Siguiendo los estudios de Colin Mercer en su estudio para la UNESCO de 1993 hay dos aspectos que lo polarizan: verlo como "producto" (entendido como "resultado de") y verlo como "finalidad" (entendido como "medio para"). El concepto cultura como "producto" se sitúa en el plano de lo tangible, traducido en creatividad. El término cultura, es lo material, el conjunto de expresiones materiales del sentir individual con respecto a la experiencia de vida (libros, música, cuadros, películas…). El concepto cultura como "finalidad" se sitúa en el plano de lo abstracto (creencias, motivaciones, imaginario…). Por tanto, podemos entender la cultura como unas pautas grupales de adaptación al medio (Cuenca Montesino 2001), es decir, un proceso en el que se integran la identidad individual con una identidad grupal, con creencias, valores, motivaciones… de un grupo de individuos en unas coordenadas determinadas de tiempo y espacio (contexto). Por tanto, es un proceso en el que se va de lo colectivo a lo individual, de lo concreto a lo abstracto, de lo parecido a lo diferente…

Intentaremos ahora definir el término desde el punto de vista de algunas disciplinas. Por ejemplo, desde la antropológica, podríamos decir que el ser humano es básicamente cultural y la cultura es una construcción del ser humano.

> (…) la cultura moldea nuestro pensamiento, nuestra imaginación y nuestro comportamiento. La cultura es la transmisión y también una fuente dinámica de cambio, creatividad y libertad, que abre posibilidades de innovación. Para los grupos y las sociedades, la cultura es energía, inspiración y empoderamiento, al mismo tiempo que reconocimiento de la diversidad (…) (Colin Mercer 1993).

Desde un punto de vista sociológico: "la cultura es el mapa que cada individuo en su 'aquí' y 'ahora' va construyendo día a día y merced al cual vive" (Cuenca Montesino 2001). Todos nacemos en comunidades de vida (etiquetadas en distintos términos: nación, tribu, región… con toda la controversia que puede suscitar esta terminología y en la que no vamos a entrar, pero está claro que la comunidad está ahí y quizá el sentimiento de pertenencia o rechazo a dicha comunidad sea lo que mejor la defina). Estas cuestiones se nos plantean constantemente en la realidad del aula, en la

propuesta didáctica de materiales con contenidos culturales que elaboramos o llevamos al aula.

La Lingüística también ha aportado su granito de arena: la opinión más extendida es la de considerar la cultura como parte misma de la lengua: ésta acompaña al hablante en su forma de pensar, de ver el mundo y comunicarse. Es más un proceso que un producto. Por supuesto, para la Pragmática es fundamental.

Desde una perspectiva económica, con los últimos acontecimientos económicos a partir de septiembre de 2008 que ponen en tela de juicio el modelo capitalista, el modelo impuesto por la cultura occidental, todo ha cambiado. La globalización ha dejado de ser un fenómeno económico para pasar a ser un "problema cultural". La globalización ha descubierto un gran negocio entre esferas de la actividad humana: la enseñanza, la cultura y la información.

El componente cultural en el EsFE presenta varios problemas, unos relacionados con la naturaleza y características (léxicas, morfológicas…) y otros relacionados con el concepto mismo de cultura que se quiera adoptar.

Por lo que se refiere a los LFE, hay que distinguir "una dimensión horizontal, relacionada con los contenidos temáticos de una disciplina determinada, y una vertical, que depende del componente sociológico", es decir, el uso de la lengua como instrumento de comunicación entre los miembros del grupo. Es evidente que en el ENE la dimensión sociológica es más importante que la temática (Calvi 2004: 108-109) y eso es lo que vamos a intentar analizar. No toda la dimensión sociológica –sería imposible– pero sí algunos aspectos importantes relacionadas con ella.

Desde el punto de vista de las Ciencias del Lenguaje y de la concepción pragmática de la lengua, la comunicación es un enunciado que está unido estrechamente a un contexto, a un tema y a una situación de comunicación dada.

Vivimos en la era de la comunicación, basta analizar los hechos históricos más relevantes de los últimos tiempos para darnos cuenta del poder de la comunicación en nuestros tiempos. Básicamente lo podemos definir como un proceso de interpretación de intenciones con el fin de intercambiar información. Esto, aplicado al nivel de los negocios, supone que un emisor tiene unas intenciones muy claras sobre un receptor (con unas consecuencias económicas), un deseo de influir sobre él y que para la comunicación sea "buena" ambos tienen que hacer la misma interpretación de la información, para ello no deben sólo conocer un mismo código lingüístico, sino también

tener una competencia pragmática que le lleven a la tan ansiada competencia comunicativa. En este sentido, para evitar malentendidos o interferencias debemos conocer mecanismos, valores, símbolos… es decir, conocer los factores socioculturales más importantes de una comunicación profesional y la comunicación no verbal sería uno de los más importantes.

Algunos autores sostienen que el 65% de la información se transmite mediante signos no verbales. Quizá nos parezca exagerado y podemos no estar de acuerdo, pero lo que es indudable es el poder que la imagen tiene en nuestros días.

Los sentidos suponen un buen punto de partida a la hora de analizar la comunicación no verbal. Analizar las diferencias culturales a la hora de entender el valor y comportamiento de algunos sentidos nos dará información relevante a la hora de la negociación y entenderemos hábitos culturales importantes.

1. El tacto. Pensar que la información que recibimos por los sentidos está libre de mediación es un error. Podríamos distinguir distintos tipos de contacto táctil según el grado de intimidad (sexual, amistad, social-cortés y funcional-profesional). Nos interesa el social-cortés, pues son los que están ritualizados y codificados, y comprobar el grado "táctil" de la cultura (los saludos es un buen ejemplo). Sabemos que la cultura hispana es mucho más táctil que otras.
2. La vista: que nos da información importantísima, destacando la importancia de la kinésica (cinésica) y la proxémica.

   2.a) La kinésica

   Sabemos que un hablante de una lengua gesticula como miembro de esa cultura y la mayoría pasamos de un lenguaje corporal a otro cuando cambiamos de lengua. Sabemos que hay expresiones anatómicas comunes a muchas culturas pero su significado es distinto en las diferentes culturas (signo de OK en muchas culturas es obsceno) y sabemos que hay gestos que se consideran correctos o incorrectos dependiendo de las culturas (la palma abierta; poner los pies sobre la mesa) e incluso que hay determinados gestos o expresiones corporales que se consideran inadecuados dependiendo de la situación (maneras de sentarse).

   Una vez asumida la importancia que en el ENE tiene la imagen y la comunicación no verbal, nosotros, como profesores, tenemos la obligación de intentar enseñar ciertos comportamientos (las publi-

caciones internacionales de economía y negocios, la publicidad, el marketing… ya lo han hecho) útiles para nuestros alumnos, pues su futuro profesional puede depender de estos conocimientos en un momento dado.

2.b) La proxémica

Entendemos el uso del espacio de las diferentes culturas, es decir, estudia las distancias en la comunicación interpersonal. Se suelen distinguir: la distancia íntima, la personal, la social y la distancia pública (con sus correspondientes fases cercanas/lejanas). Edward T. Hall (1986: 143-159), profesor de antropología, ha estudiado los malentendidos interculturales producidos a partir de diferentes concepciones de estos espacios. Considera que hay una gran diferencia "espacial" entre culturas de contacto y de no contacto (de más a menos: árabes, latinos, mediterráneos, africanos-afroamericanos, asiáticos, indios y pakistaníes y anglosajones y eslavos).

Los ejemplos de cómo el espacio comunica son muchos, desde la concepción del espacio occidental como algo "vacío", algo que hay que aprovechar, hasta la japonesa, por ejemplo, que le da significado. Llevado al terreno que nos ocupa, un empresario español, para quien el espacio individual es bastante más amplio que en otras culturas, tenderá a invadir el espacio personal de un empresario, por ejemplo, norteamericano (que lo puede interpretar como una actitud agresiva o poco cortés) y durante una negociación puede llegar a "tocar" a su homólogo como parte integrante de su conversación.

También la ubicación en el espacio es de gran importancia: el líder de un grupo se sitúa a la cabecera de una mesa de negociación/mesa redonda). A la hora de negociar, no es lo mismo sentarse de frente que al lado del otro.

A continuación, propongo una actividad que puede ayudar a reflexionar sobre algunos gestos o movimientos corporales que son importantes en una situación relacionada con el mundo de los negocios (integrada en una situación comunicativa concreta: la entrevista de trabajo pero podría ser también una reunión de trabajo) y que nos dará información de valor.

Una entrevista de trabajo. Juego de simulación

La actividad consiste en realizar una entrevista de trabajo (juego de simulación) y grabar en video dicha entrevista. A continuación se analizará exclusivamente el lenguaje no verbal de los estudiantes. Previamente a la rea-

lización de la tarea se habrá reflexionado y trabajado en distintas actividades: interpretación de algunos gestos y posturas, elaboración de un CV, preguntas y respuestas más frecuentes en una entrevista de trabajo en español, léxico relacionado con este ámbito laboral, etc. (en el taller desarrollado durante el congreso de ASELE de 2008 se presentaron estas actividades previas y sus conclusiones).

Información para el entrevistado

Le han seleccionado para una entrevista para ocupar un puesto de *Director de Área de Financiación*, dentro del Departamento de Administración, en una importante empresa multinacional española del sector de las tecnologías de la información y comunicaciones. Posee la formación académica requerida, más de cinco años de experiencia en este tipo de actividad de empresa de ámbito nacional y dotes de negociación. Usted habla perfectamente inglés y tiene conocimientos de francés. Tiene que preparar los motivos por los que quiere ese trabajo y prestar atención a los aspectos vistos anteriormente.

Información para el entrevistador

Usted es el director del Departamento de Administración y tiene que hacer una entrevista a un candidato para realizar labores de gestión y consecución de la financiación externa, así como la organización de la tesorería de la compañía en España. Buscan una persona bien preparada (con un buen currículum), con conocimientos del sistema financiero, capacidad de gestión, dominio de dos lenguas del ámbito europeo y, sobre todo, con espíritu de trabajo en equipo con el departamento comercial.

Ofrece: contrato fijo, salario variable en función al candidato y objetivos, entorno de trabajo muy cordial y amplia posibilidad de desarrollo profesional.

BIBLIOGRAFÍA

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

CUENCA MONTESINO, J. M. (2004): *Aspectos interculturales de la negociación franco-española. Reflexión sobre el lugar de la cultura en clase de español comercial. Criterios para una actitud etnoexpansiva* (disponible en <www.mepsyd.es/redele/biblioteca/cuenca.shtml>).

FERNÁNDEZ-CONDE, M. (2004): *La enseñanza de la comunicación no verbal en un curso de Español de Negocios según la ELMT* (disponible en <www.mepsyd.es/redele/biblioteca/fernandez_conde.shtml>).

KRAMSCH, C. (2001): *El privilegio del hablante intercultural*, en M. Byram y M. Fleming: *Perspectivas interculturales en el aprendizaje de idiomas*. Madrid: Cambridge University Press.

OLIVERAS, A. (2000): *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera*. Madrid: Edinumen.

VAN HOOFT, A. y KORZILIUS, H. (2001): *La negociación intercultural: Un punto de encuentro. La relación entre el uso de la lengua y los valores culturales* (disponible en <http://www.ub.es>).

VILLEMOES, A. (2003): *Negociar a lo español*. Copenhague: Systime.