LA COMPETENCIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL (CCI) EN LA CLASE DE ELE: PROPUESTA DIDÁCTICA PARA ALUMNOS DE TURISMO

André Costa
Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal

INTRODUCCIÓN

Parte de este trabajo se apoya en estudios llevados a cabo como investigador del proyecto *ICCAGE - Intercultural Communicative Competences: An Advantage for Global Employability*, cuya financiación depende de la UE, bajo el programa ERASMUS+, proyecto ese que busca el desarrollo de competencias comunicativas interculturales, entendiéndolas como una aportación que podrá contribuir a que los estudiantes de la enseñanza superior tengan una ventaja competitiva en términos de su empleabilidad futura. Este proyecto procura detectar y trabajar aspectos identificados por empleadores de distintos países (Portugal, España, República Checa y Hungría) con el objetivo de incrementar los bajos niveles de empleabilidad de los recién graduados en estos países.

De este modo, y para acompañar la movilidad e intercambios constantes de personas y géneros que vive el mercado global, promocionando formas de analizar todos los cambios que de ella advienen, se procuró desarrollar la competencia de comunicación intercultural (CCI), entendida como una de las herramientas esenciales para interactuar de modo eficaz con otras culturas. El punto de partida es, de este modo, la premisa que le atribuye una enorme importancia a la CCI en la integración de los graduados en el mercado global que caracteriza nuestra sociedad contemporánea. El principal objetivo será el de innovar en lo que atañe a los procesos de enseñanza y aprendizaje de la CCI, a la luz de las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestra disposición y de la gestión de procesos de aprendizaje participativos, en los que la comunión de culturas sea el eje central. Se intentará, por lo tanto, ofrecer a los alumnos herramientas que les permitan, de modo autónomo e intuitivo, hacer frente a los desafíos comúnmente asociados al mercado global, tales como barreras de

comunicación, estereotipos culturales, preconceptos, conflicto de identidades y problemas de lenguaje que acaban por contribuir al fracaso a la hora de interactuar con el otro.

1. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Teniendo en cuenta que la competencia de comunicación intercultural presupone los conceptos, entre otros, de cultura, de modernidad y, por supuesto, de relaciones interpersonales, las áreas que se dedican a este concepto poseen índoles bastante diversificadas. Sin embargo, vamos a centrarnos en lo que se asocia al ámbito de la educación, tal y como lo trabajan autores como Byram (1997), Heyward (2002), Byrnes, (2002) y Kramsch (2009), puesto que la CCI comprende el conocimiento de la lengua y el conjunto de destrezas para utilizar esos mismos conocimientos. Se busca, mediante el recurso a la CCI, que conocimientos y habilidades lingüísticas puedan dar origen a posibles cambios en la práctica y en la actuación de los hablantes a la hora de establecer relaciones lingüísticas. Es decir, para que una comunicación efectiva se produzca entre hablantes de distintas culturas, se requiere que un hablante intercultural ponga en práctica no solo la lengua, sino que también el contexto en la que se utiliza.

Podrán, quizás, surgir algunas dificultades no únicamente a nivel lingüístico, sino que también en lo que se refiere a la intención, entendida como el propósito del emisor, y la distancia social asociada a las normas sociales que se establecen en cada cultura. Se puede, además, añadir a esta realidad el hecho de que hay un número cada vez mayor de alumnos que no están de acuerdo con muchas de las tareas *normales*, o sea, que se muestran bastante reacios y desmotivados con las actividades de carácter más tradicional que se realizan en el aula y buscan algo que vaya más allá de la clase tradicional, e incluso de los contenidos que suelen trabajarse con mayor frecuencia en una clase de lengua. Hay, por lo tanto, que buscar alternativas creíbles que les permitan comunicarse con otros hablantes que no compartan los mismos valores, objetivos, no posean la misma interpretación sobre eventos ni el mismo marco histórico que otros hablantes de la lengua. Eso demuestra que debe existir una preocupación significativa con la enseñanza de la cultura, tal y como defiende Kramsch (2009).

De hecho, lo habitual es que la cultura de la lengua meta se trabaje, en el aula de español lengua extranjera (ELE), desde el punto de vista interpretativo del aprendiente, en función de sus propias experiencias, deseos y memorias. Además, la cultura se encuentra muchas veces limitada a aspectos relacionados con el estilo de vida o con los comportamientos cotidianos de los hablantes de las comunidades de habla. En relación con este estudio, tendremos en consideración el sentido más amplio de cultura, asociado al conjunto de actitudes, valores y creencias (MCER, 2002) para que la competencia intercultural pueda entenderse como la interacción entre personas que manifiesten sensibilidades distintas y que, por lo tanto, tengan una visión necesariamente distinta del mundo. De este modo, cuanto mayor la proximidad con el grupo meta, mayor será la adquisición de una competencia intercultural. De acuerdo con Deardorff (2006) pueden identificarse cuatro modos de conducta genéricos que podrán hacer más eficiente, gracias a la aplicación de la CCI, una situación de comunicación: i) capacidad para guiar la tensión psicológica; ii) capacidad para comunicarse de modo eficaz; iii) capacidad para sacarle provecho al conocimiento de otras culturas y al conocimiento que de ahí adviene; y iv) capacidad para manejar el cambio, especialmente en entornos en los que se desdibujan fronteras y las culturas se fusionan unas con las otras. Para ello, importará delimitar la CCI, entendida como la habilidad para negociar significados culturales y ejecutar conductas comunicativas eficaces, de acuerdo con lo defendido por Rodrigo (1999). La eficacia a la que antes se ha aludido no se define en términos de perfección, sino de suficiencia, por lo que se supone que siempre podrá existir algún grado de incertidumbre que será aceptado por los interlocutores. Esta circunstancia conlleva otros problemas potenciales, especialmente en lo que atañe al hecho de que la dosis relativa de eficacia podrá ser suficiente en algunas circunstancias, pero no en otras, o sea, el comportamiento es apropiado y efectivo en un contexto dado (Spitzberg, 2000). El contexto, de acuerdo con el autor, no se limita únicamente a la cultura, sino que en el lugar en donde se produce el encuentro comunicativo, la tipología de relación entre los interlocutores e incluso el motivo de la comunicación. Resumiendo, defiende Vilà (2010, p. 91), que puede definirse "la competencia comunicativa intercultural como el conjunto de habilidades cognitivas y afectivas para manifestar comportamientos apropiados y efectivos en un contexto social y cultural determinado, que favorezcan un grado de comunicación suficientemente eficaz".

1.1. INTELIGENCIA CULTURAL

Sabemos, ya, que la sociedad actual representa un alargado entorno multicultural que deriva de la globalización que vivimos. Sin embargo, pese a que los entornos educativos son escenarios reales de esa diversidad cultural, los antecedentes del alumnado no reflejan esa multiplicidad, gracias, como defienden Barrett et al. (2014), a la educación de los padres, la religión, la condición socioeconómica, la constitución familiar y la dinámica del hogar, además de valores, actitudes y estilos de vida. Estos aspectos no garantizan, por sí mismos, ni la adquisición de la CCI, ni un cierto grado de preocupación con su aplicación práctica. Por otro lado, también el profesorado acaba por demostrar una inclinación hacia su propio sistema de valores, creencias y actitudes, por lo que la única forma de conseguir una adaptación más efectiva de los alumnos a la CCI será a través de una educación no solo multicultural, sino también intercultural, basada en la convivencia multicultural que despierte en profesores y alumnos la necesidad de poner en evidencia la diversidad cultural, además del desarrollo de relaciones interculturales. Su puesta en práctica y potencial eficacia se conseguirá, de acuerdo con Chen (2011), basando la apuesta educativa en tres grandes pilares que componen y constituyen la inteligencia cultural, o sea, i) la *competencia cognitiva*, entendida como el conocimiento y conciencia de elementos de elementos comunicativos y culturales asociados a su propia cultura y a otras culturas; ii) la *competencia afectiva*, que supone la capacidad de ofrecer respuestas emocionales positivas, controlando, además, las más negativas y, finalmente, iii) la *competencia comportamental* que incluye las destrezas verbales o no verbales que demuestren la adecuación de la conducta a la situación de comunicación y al contexto de comunicación. Además, Chen (2011), propone que la CCI esté basada en un global *mindset* que hace referencia a la apertura hacia otras culturas, en especial en lo que dice concierne a la motivación para el respeto de las diferencias, el acercamiento a la reconciliación ante el conflicto, propensión a la regulación del cambio o la orientación a procesos de globalización. Importará, ahora, ampliar cada una de las dimensiones a las que antes hemos aludido (cognitiva, afectiva y comportamental), definiendo qué capacidades y habilidades podemos encontrar en cada una de ellas.

1.1.1. Dimensión cognitiva

La dimensión cognitiva se refiere al conjunto de elementos sean culturales, sean comunicativos, que faciliten una comunicación lo más efectiva posible. Para ello los interlocutores deben poner en juego todo el conocimiento, consciencia y comprensión del universo de su cultura y de la de otros para conseguirlo. Pueden identificarse algunas capacidades que buscan la eficacia comunicativa en el ámbito cognitivo: i) atender a lo propio de acuerdo con la situación y el contexto; ii) cambiar el comportamiento de acuerdo con cada circunstancia particular; iii) comprender la importancia e influencia de la cultura en la lengua; iv) entender la importancia del comportamiento en la comunicación; v) identificar distintas formas de comunicar, acorde a la cultura de los interlocutores; vi) controlar la incertidumbre que adviene de cada una de las situaciones de comunicación; vii) interpretar las actitudes de los demás; viii) definir semejanzas y diferencias entre las culturas de los interlocutores; ix) minimizar prejuicios.

Por otra parte, podremos hablar de habilidades que cada uno puede poner en práctica para demostrar una mayor apropiación de las dinámicas culturales y que pasan por los conceptos de autoconciencia (*self-awareness*) y conciencia cultural (*cultural awareness*), de acuerdo con Chen y Starosta (1996). Por un lado, denota una preocupación con el conocimiento de su propia identidad, mientras que por el otro lado existe una preocupación sobre el modo como las culturas difieren. En ambos casos es posible inferir los cambios que los rasgos culturales, propios o ajenos, acaban por condicionar la forma que sus hablantes piensan y reaccionan.

1.1.2. Dimensión afectiva

La dimensión afectiva se encuentra asociada a la capacidad para encontrar soluciones emocionales positivas, dominando, además, todas las emociones que pueden atropellar el proceso comunicativo. Pueden identificarse algunas capacidades que buscan la eficacia comunicativa en el ámbito afectivo: i) gestionar el control de ambigüedades, tolerándolas; ii) ampliar el sentimiento de empatía hacia el otro; iii) contactar, conocer y aprender de otros entornos culturales; iv) aprender de y con otras personas; v) pensar la interculturalidad como algo

plural y diverso; vi) intensificar la sensibilidad intercultural, lo que incluye el desarrollo de ciertas habilidades tales como el autoconcepto, la actitud para no juzgar, la empatía, la autorregulación, la interacción y la apertura de mente; vii) motivarse hacia la comunicación intercultural.

De acuerdo con Chen y Starosta (1996), las habilidades que pueden asociarse a la dimensión afectiva del proceso de comunicación van relacionadas con el recurso a las nociones de autoconcepto, la actitud para no juzgar, la empatía, la autorregulación, la interacción y la apertura de mente que permitan la creación de emociones positivas dentro del marco temporal del encuentro comunicativo, y que permitirán una disminución del impacto del choque cultural.

1.1.3. Dimensión comportamental

La dimensión comportamental está basada en un conjunto de destrezas ya sean verbales o no verbales que demuestren que la actuación comunicativa de los interlocutores favorece, de modo ineludible, una comunicación lo más eficaz posible. Pueden identificarse, de ese modo, algunas capacidades que buscan la eficacia comunicativa en el ámbito comportamental: i) adaptarse al comportamiento de acuerdo con el contexto y la situación de comunicación; ii) demostrar apropiación de flexibilidad comportamental; iii) manejar de forma consciente la interacción con el otro; iv) presentar habilidades verbales, ofreciendo equivalencias o parafraseando; v) enseñar habilidades no verbales, controlando el tono de voz, dominando los gestos, regulando el ritmo, entre otros.

1.2. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

Según Rodrigo (1999), las habilidades comportamentales que apuntan a una interacción efectiva entre los interlocutores siempre buscan el desarrollo de un comportamiento que busque una comunicación lo más eficaz y efectiva posible, con el objetivo de llegar a la interdependencia multicultural que facilite la interconectividad, objetivo último de la aplicación de la competencia de comunicación intercultural. La puesta en marcha de estas dimensiones, con el fin de hacer interactuar actores de distintos orígenes, nos hace reflexionar

sobre el hecho de que estos encuentros ocurren en contextos culturales diversos y hacen que, con mucha frecuencia, sufran avances y retrocesos, fruto de negociaciones y conflictos que se producen entre los interlocutores. Esto ocurre, en gran medida, a causa de la mochila cultural que cada individuo posee y que dependerá de sus experiencias personales y de su punto de vista sobre el mundo, como la definen Beamer y Varner (2001).

Siempre que ocurre un encuentro intercultural, los intervinientes acaban por actuar en función de sus propias suposiciones culturales, lo que hace que la comunicación esté permanentemente marcada por la percepción que cada individuo tiene del mundo que le rodea, es decir, la forma de ver y comprender el mundo. Eso significa que, a cada momento, la comunicación que está ocurriendo se analiza no por sí misma, sino que en función de lo que han sido las vivencias, experiencias, motivaciones e incluso ideologías que uno posee. Encontramos, así, en juego, según Schütz (2008), dos dimensiones de la comunicación, la personal y la social, que influyen en la forma como se percibe o nos dirigimos a alguien, puesto que la forma como la realidad se expresa en cada una de las vidas individuales dependerá siempre de la totalidad de experiencias que uno va construyendo a lo largo de su vida. Significa eso que la comunicación intercultural pasa también por no permitir que la realidad del otro, y por lo tanto su cultura, sea entendida como la realidad, evitando la deformación del modo como se entiende su entorno cultural, haciendo, eso sí, que los interlocutores consigan involucrarse y busquen un conocimiento recíproco que favorezca una mayor proximidad entre los actores. No debemos nunca olvidarnos de la relevancia de que la comunicación no es un simple intercambio de mensajes y que incluso un mismo mensaje puede llegar a obtener distintos niveles de entendimiento, en función del índice de conocimiento cultural de los interlocutores (Rodrigo, 1999).

En el ámbito educativo se requiere que el alumnado conozca el entorno cultural de la lengua extranjera que está aprendiendo, se conecte emocionalmente con él y que acabe por demostrar una actitud lo más positiva posible hacia ese mismo entorno. Sin embargo, y como defiende Vilà (2008), muchas de las veces las propuestas educativas se limitan a trabajar contendidos relacionados con la detección y superación de estereotipos y prejuicios y no directamente con la CCI en sí misma. Se busca, por lo tanto, que en el aula se les permita a los estudiantes i) disfrutar de la interacción con personas de un entorno cultural

distinto; ii) relacionarse de forma más profunda con personas de distintas culturas; y iii) tener la oportunidad de intercambiar experiencias y cosmovisiones distintas. Los estudios de mayor relevancia a ese nivel, asociados al desarrollo de la CCI, especialmente algunos trabajos de Byram (1997), Chen y Starosta (2000), Vilà (2008), Byrnes, (2002) o Lewis y O'Dowd (2016), apuntan a que uno de los ámbitos esenciales que puede trabajarse en la clase de lengua pasa por el diseño de instrumentos fiables y válidos (tareas y evaluación de las mismas) que permitan identificar y diagnosticar la competencia intercultural, innovando y experimentando, hasta lograr un dominio adecuado de la CCI.

Basándonos en el marco teórico que antes se ha enunciado y con el objetivo de preparar a los alumnos de la enseñanza superior para que puedan responder de modo adecuado a las exigencias de la economía global, se deben, en un primer momento, identificar las CCI que los empleadores reconocen como esenciales. En un segundo momento, procurar y definir el modo más adecuado para trabajarlas y, finalmente, presentar algunos resultados que se han alcanzado con un grupo de alumnos lusohablantes de enseñanza superior del área del turismo. Expondremos, a continuación, la metodología que se ha utilizado para la recogida de los datos junto de los empleadores, así como los resultados que se han alcanzado. Finalmente presentaremos una pequeña reflexión sobre los mismos resultados, en forma de estrategias desarrolladas para la consecución de los objetivos que ya antes se han enunciado.

2. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

En función de los objetivos que nos hemos propuesto, entendemos que el modo de lograr las respuestas a las preguntas que planteamos pasa por recurrir a la comprensión de las actividades que tienen una importancia extrema en la vida cotidiana de las empresas, en especial, en lo que atañe al modo como estas se mueven en un mercado cada vez más global.

2.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

Se espera que los empleadores hagan una reflexión crítica en relación con sus actividades, además de que lo hagan también en relación con las necesidades que nacen de los contactos con otras culturas y a la forma como esas mismas necesidades están acorde con las prácticas profesionales que se exigen a los recién graduados. Por otro lado, también se analizan las necesidades que advienen directamente de la interacción con las distintas entidades con los que mantienen relaciones comerciales.

Las cuestiones, naturalmente abiertas, que forman parte del cuestionario/entrevista que se ha realizado a veintiocho empleadores, de las cuatro nacionalidades vinculadas al proyecto ICCAGE se relacionan con aspectos que forman parte de la vida cotidiana y rutinaria de la comunicación intercultural en las empresas: i) la diversidad cultural en la empresa; ii) problemas de comunicación empresarial, fruto de diferencias culturales; iii) sugerencias de los empleadores hacia el éxito en el mercado global; iv) preparación para la comunicación intercultural empresarial en la enseñanza superior; v) necesidades de los recién graduados para trabajar en contextos empresariales interculturales.

2.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En lo que se refiere a la diversidad cultural en la empresa, todos los empleadores entrevistados reconocen la existencia de comunicación empresarial con interlocutores internacionales, considerando que los canales privilegiados son bastante diversificados puesto que o bien pueden ser medios electrónicos o bien encuentros presenciales. Estos encuentros ocurren con representantes que vienen de un largo número de países de los cinco continentes, por lo que se confirma una internacionalización efectiva de las empresas seleccionadas. Los encuentros empresariales pueden hacerse por distintos motivos que pasan por celebración de contratos, reuniones de negocios, presentación de productos, trabajo colaborativo entre empresas, reparto de información técnica, entre otros elementos ofrecidos por los entrevistados.

En relación con el segundo elemento mencionado, asociado a los potenciales problemas de comunicación empresarial, la gran mayoría de los empresarios entrevistados confiesa haber vivido problemas de comunicación empresarial en función de diferencias culturales. Las dificultades encontradas tienen origen, en su mayoría, en i) problemas de lenguaje que pueden categorizarse en a) ineficacia lingüística; b) gramática simplificada en la escritura de correos electrónicos; c) ambigüedad lexical; d) dificultades de pronunciación; ii) diferentes estilos de comunicación, algo que tradicionalmente va cambiando en función de las culturas intervinientes y que va desde el estilo más o menos formal hasta el individualismo característico de algunas culturas; otros aspectos mencionados por los entrevistados pasan por iii) distintas actitudes en relación con el trabajo, con mucha frecuencia asociadas a estereotipos nacionales o aun iv) en las diferencias pragmáticas que permiten interpretar la intención del interlocutor, en función de *lo* que dice o de *cómo* lo dice.

En relación con la tercera gran cuestión que se ha planteado a los empleadores, se destacan tres palabras que resumen el conjunto de sugerencias que podrán aumentar el éxito de las empresas en un mercado global y globalizado: adaptación, flexibilidad y experiencia. De este modo puede percibirse que para obtener una comunicación empresarial adecuada, eficiente y eficaz, existe la necesidad de que los interlocutores se adapten al contexto comunicativo y cultural donde se incluyen. Para lograr ese objetivo, importa demostrar una enorme flexibilidad en función de la potencial inmensidad de diferencias y divergencias culturales, por lo que no deben nunca descuidarse las nociones asociadas a la historia o a las relaciones sociales del país de origen del interlocutor. Muchos de los empleadores apuntan un camino que puede ayudar a superar potenciales problemas que provienen de las divergencias que antes se han evidenciado y que pasan por apoyarse en quienes hayan tenido ya algún tipo de experiencia previa en el establecimiento de contactos anteriores con otras culturas, para que pueda funcionar como un modelo a seguir, una formación, diríamos, en contexto real.

En lo que atañe a la formación que los recién graduados y a su preparación para enfrentarse a la comunicación intercultural empresarial, los empleadores que se entrevistaron refieren que se percibe una escasa consciencia intercultural, además de evidentes fallos en las competencias de comunicación intercultural a nivel de la empresa. La excepción que aparece se encuentra asociada a los

alumnos que participaron en el programa ERASMUS, algo que los empleadores identifican como un elemento curricular que les permitirá a los recién graduados poseer una ventaja competitiva, a raíz de la experiencia previa de haber estudiado, trabajado o convivido en contextos multiculturales, gracias a la diversidad de nacionalidades que comúnmente va asociada a estas movilidades.

La última cuestión, asociada a las competencias que los recién graduados deben demostrar cuando trabajan en contextos empresariales interculturales, se presenta en las conclusiones, agrupadas en cuatro categorías: 1) capacidades, 2) conocimientos, 3) consciencia intercultural y, finalmente, 4) factores personales. Para una más fácil interpretación, se presentan los resultados en la siguiente tabla:

Capacidad para…
Comunicar eficazmente en lenguas extranjeras. Adaptarse a diferentes contextos. Adecuar el lenguaje a distintos tipos de textos, situaciones o registros. Gestionar conflictos. Utilizar las tecnologías de información y comunicación. Colaborar en proyectos.
Conocimiento sobre…
Fenómenos culturales y religiosos. El modo de evitar preconceptos y equivocaciones. Historia. Hábitos y costumbres extranjeros (haber vivido fuera de su país). Psicología social.
Conciencia de…
Valores culturales diferentes. Diferencias culturales. Diferencias en la gestión del tiempo. Diferencias de recepción de expresiones lingüísticas y/o de comunicación no verbal.
Características personales
Autoconfianza. Adaptabilidad. Tolerancia y flexibilidad. Ganas de aprender. Empatía con otras culturas. Comprensión de los demás.

Tabla 1 - Competencias mencionadas por los empleadores
(ICCAGE Transnational Report, 2017, pp. 28-29)

Así, y resumiendo las respuestas que se han obtenido tras las entrevistas que se ejecutaron a los empleadores nacionales o internacionales, podemos sacar dos grandes conclusiones que pasan por la necesidad de 1) delimitar qué competencias de comunicación intercultural deben adquirir los recién graduados para una eficaz adaptación a un mercado laboral global y globalizado y, posteriormente, 2) identificar cuál es el abordaje más adecuado para el desarrollo de la CCI empresarial y, como consecuencia de ello, para una apropiada incorporación de los recién graduados a un mercado de trabajo global, representativo de la sociedad actual.

3. LA COMPETENCIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LA CLASE DE ELE

La urgencia de la diversidad en el mundo moderno y la gestión de los procesos de comunión intercultural exigen de los ciudadanos comunes una enorme destreza para que la comunicación pueda ejecutarse sin constreñimientos o interferencias ajenas al contenido del mensaje. En ese sentido, se impone, además, y especialmente en la enseñanza superior, una respuesta científicamente avalada que pueda también funcionar de modo transversal en distintas áreas del saber, promocionando espacios de desarrollo y de profundización del diálogo intercultural.

3.1. DEL AULA A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Considerando que el diálogo intercultural se encuentra íntimamente relacionado con el respeto por la dignidad humana, basándose en los valores fundamentales de la sociedad, reconociendo la herencia común y la diversidad, se entiende que al diálogo intercultural le faltan estrategias de enseñanza y aprendizaje específicas que permitan el desarrollo de la CCI, más allá de la oferta de programas de internacionalización, de los que se destaca claramente el programa ERASMUS+. Sin embargo, pese al número creciente de flujos, los datos absolutos no rebasan

los 6,4% de la población estudiantil móvil, de acuerdo con lo vehiculado por la propia Comisión Europea, en las estadísticas que publicó hasta el curso académico 2013/2014 y que podemos comprobar en la imagen 1.

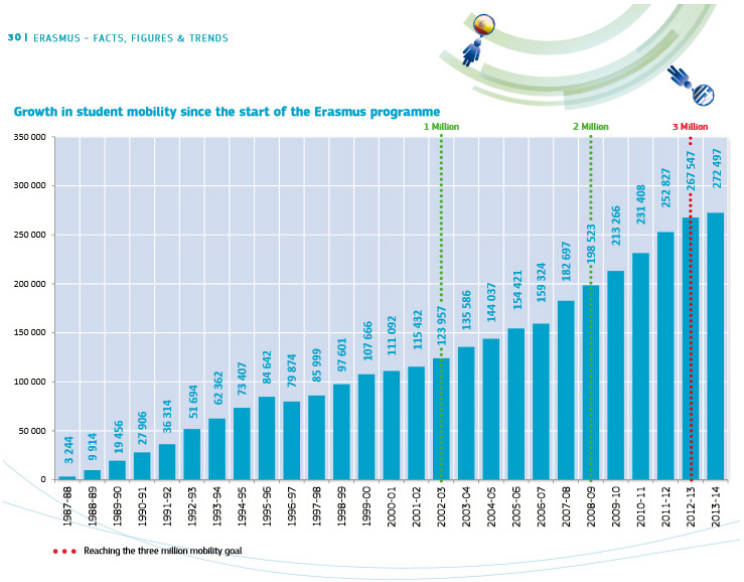


Imagen 1 - Crecimiento de movilidades desde el inicio del programa ERASMUS

En ese sentido, y pese al riesgo de incumplimiento de las metas de las movilidades internacionales de los estudiantes, y consecuente disminución del aprendizaje intercultural que los alumnos deben adquirir para garantizar mayores posibilidades de empleabilidad en un mundo globalizado, sigue siendo expectable que las instituciones de enseñanza superior promuevan espacios de desarrollo y de profundización de competencias de comunicación intercultural. Es, por lo tanto, necesario encontrar alternativas a las movilidades físicas, incentivando a los alumnos de la enseñanza superior a estar en contacto con otras culturas, construyendo proyectos juntos, obligándolos a una constante actualización y adaptación a las necesidades y exigencias culturales y comunicativas de los demás. Una de las posibilidades para resolver estas carencias pasa por ofrecer a los alumnos la posibilidad de que, en su entorno escolar, estén en contacto con alumnos de otras nacionalidades, latitudes geográficas y contextos culturales, con el propósito de desarrollar de forma colaborativa, un proyecto común, bajo la orientación de profesores y facilitadores (Lewis y O'Dowd, 2016). Es posible, de este modo, involucrar a los alumnos en una especie de movilidad virtual, trabajando no solo los conocimientos científicos

directamente relacionados con el proyecto en sí mismo, sino que también motivarlos hacia el aprendizaje intercultural, a través de estrategias de negociación con los compañeros internacionales, conociéndolos y desmontando potenciales estereotipos, subentendidos y asunciones culturales por la comparación y la negociación.

Nos parece, sin embargo, que debe darse alguna atención a la forma como se organizan las tareas de telecolaboración, para que se evite cualquier especie de contrariedad o falta de eficacia en la consecución de esas mismas tareas. Se debe, por lo tanto, tener en cuenta que el objetivo principal de este intercambio de conocimientos es el de desarrollar competencias en términos de comunicación intercultural en línea, sea a través de Facebook, Skype, correo electrónico u otros, por lo que el papel del mediador se reviste de una enorme importancia, puesto que debe garantizar la adecuación y la calidad de la comunicación que va a realizarse entre los alumnos, previniendo errores y evitando equivocaciones. Importa también destacar que una tarea adecuada va más allá del recurso a la autopresentación y o al intercambio de información, pues debe permitir al alumno darse a conocer a sí mismo y su cultura, sus rutinas y costumbres, además de presuponer que los alumnos harán algo juntos, en escrupulosa dependencia unos de los otros (Guth y Robin, 2015, en Lewis y O'Dowd, 2016). Si consideramos que la actividad de telecolaboración podrá, mayoritariamente, desarrollarse de forma autónoma por los alumnos que se comprometan en su realización, importa destacar que todos los pasos que forman parte de esa misma tarea deben explicarse de forma explícita, detallada, además de organizados y ofrecidos a los alumnos de modo claro y simple, para evitar malentendidos y preocupaciones desnecesarias; de este modo, una actividad de telecolaboración debe, a su final, permitir que se organice una reflexión y discusión abierta sobre los sentidos culturales generados por palabras o frases que deben interpretarse, descifrarse o cuyo conocimiento intercultural de lo escrito y de lo que se pretendía comunicar no acaba de estar demasiado claro (Chun, 2015), o sea, cabrá, en un momento posterior al del cierre de la actividad, a los profesores el análisis de las distintas etapas del proyecto colaborativo, además del rastreo del grado de adquisición de la competencia intercultural lograda por los alumnos a través de las tareas creadas y realizadas con los compañeros internacionales.

3.2. COMPETENCIA COMUNICATIVA INTERCULTURAL Y TELECOLABORACIÓN

Uno de los aspectos centrales, identificados por los empleadores a lo largo de las entrevistas que se realizaron, pasa por la necesidad, en especial en lo que atañe a la utilización de lenguas extranjeras, de la aplicación, por los recién graduados, de toda una serie de conocimientos y competencias que les permitan comunicar de forma adecuada y efectiva con interlocutores con orígenes culturales y diferente nivel de dominio de la lengua. Si consideramos que las experiencias de movilidad internacional son bastante provechosas para la construcción de estas competencias, hay que encontrar, en función de los datos que ya se han presentado, estrategias de simulación de internacionalización en el aula.

Para que los alumnos, como aprendientes de una lengua extranjera, adquieran y desarrollen competencias comunicativas interculturales, importa saber que muchos de los alumnos pueden ya haber desarrollado dicha competencia. Se asume que la CCI es la utilización de una misma lengua por distintos interlocutores, en contextos culturales diversos (Byram, 1997; Guilherme, 2002; Bizarro y Braga, 2011; Teixeira, 2013). Sin embrago, la CCI ocurre y se desarrolla cuando la comunicación se establece entre hablantes de culturas diferentes, cuando los interlocutores no comparten ni la misma lengua materna, ni la misma cultura, por lo acaban por utilizar una lengua de comunicación ajena a ambos.

En el contexto de enseñanza y aprendizaje de una lengua extranjera se pueden simular situaciones de aprendizaje y de práctica que permitan el desarrollo de la CCI, como forma de anticipación de escenarios que los jóvenes encontrarán a lo largo de su vida profesional. La unidad didáctica que se presenta a continuación forma parte de un conjunto más alargado de propuestas desarrolladas por el programa *ICCAGE - Intercultural Communicative Competence: an advantage for global employability*, basadas en materiales y abordajes que apuntan a la utilización de la telecolaboración como forma de simular escenarios internacionales de comunicación e invitar a los alumnos, en tiempo real, a comunicar entre ellos con el objetivo de solucionar problemas en conjunto, de forma colaborativa.

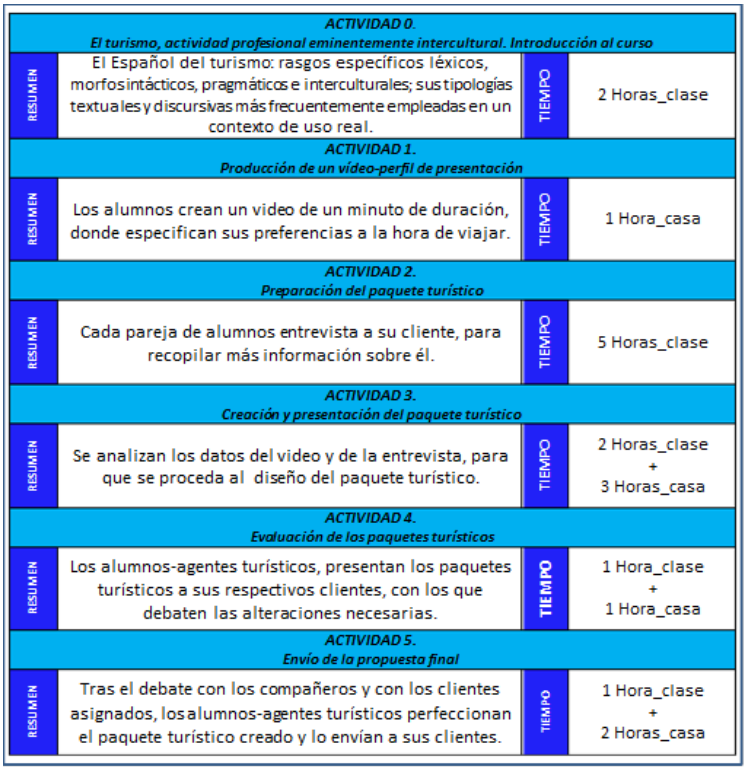
3.3. LA CCI EN EL AULA DE ELE: UNA UNIDAD DIDÁCTICA

En lo que se refiere a la unidad didáctica creada para alumnos de ELE, el tema está relacionado con la creación de un paquete turístico, en gran medida porque todas las instituciones de enseñanza superior involucradas en el proyecto ICCAGE poseen cursos en el área del turismo. De este modo, en esta unidad se ha decidido simular la creación y venta de un paquete turístico nacional, pensado para clientes internacionales, en función de los gustos personales que se expresarán mediante la publicación, por parte del turista, de un pequeño vídeo de dos minutos. Tras el visionado del vídeo, cliente y agente turístico deben permanecer en contacto con el objetivo de crear, mejorar y optimizar la propuesta inicial del agente turístico, que buscará cautivar al cliente en todos los aspectos que él señale. Después de la realización de todos los contactos necesarios, e inmediatamente antes del envío de la propuesta final, se presentará, en su país de origen, el paquete turístico para que los compañeros puedan ofrecerles opiniones, correcciones y sugerencias de mejora, además de aportaciones relacionadas con la adquisición de la CCI a lo largo de todo este proceso.

Si consideramos que una parte bastante relevante de la creación de cualquier producto turístico se centra en una construcción hecha a medida, edificada en contactos directos y personales, sea por Skype, sea por correo electrónico, la telecolaboración se encuentra presente puesto que, en su génesis, el paquete turístico va a ser construido en función de su cliente y con su cliente. Además, se trabajarán cuestiones relacionadas con la CCI, en especial en lo que se refiere al conocimiento del otro a través del contacto directo y no por preconceptos o prejuicios cuyos orígenes no pueden confirmarse. Esto les permitirá adaptarse y colaborar identificando necesidades, analizando problemas, negociando y creando compromisos que busquen el éxito comercial; deben, así, aplicarse contenidos asociados a la comunicación de negocios, en especial en lo que se refiere a las competencias de interacción cultural asociadas al comportamiento, a la situación, a la interpretación que se efectúa o a la gestión de todo el proceso de negociación de contenidos y tipos de turismo que se deben incluir en el paquete turístico que se diseñará.

No debe, sin embargo, menospreciarse el papel del docente en todo el proceso. Es verdad que el papel central lo tiene el alumno, sea como agente turístico, sea como turista, pero el docente juega, también, un papel esencial puesto que debe controlar siempre el modo como los alumnos involucrados en la tarea interactúan y de que forma se están cumpliendo todos los preceptos relacionados con la CCI, elemento clave en todo este proceso de enseñanza y aprendizaje. El profesor deberá, por lo tanto, actuar como un monitor, acompañando, aconsejando y proponiendo aciertos de pequeño detalle que permitan al agente turístico una venta incondicional de su producto, gracias al cumplimiento estricto y escrupuloso de las necesidades personales y culturales de su cliente.

Se presenta, a continuación, una versión resumida de las distintas etapas que componen el proyecto colaborativo que aquí se propone. Cada uno de los bloques de tareas va acompañado de actividades en clase y de contacto directo con los compañeros internacionales, facilitando la adquisición y aplicación práctica de la CCI.



ACTIVIDAD 0. ***El turismo, actividad profesional eminentemente intercultural. Introducción al curso***			
RESUMEN	El Español del turismo: rasgos específicos léxicos, morfosintácticos, pragmáticos e interculturales; sus tipologías textuales y discursivas más frecuentemente empleadas en un contexto de uso real.	TIEMPO	2 Horas_clase
ACTIVIDAD 1. ***Producción de un vídeo-perfil de presentación***			
RESUMEN	Los alumnos crean un video de un minuto de duración, donde especifican sus preferencias a la hora de viajar.	TIEMPO	1 Hora_casa
ACTIVIDAD 2. ***Preparación del paquete turístico***			
RESUMEN	Cada pareja de alumnos entrevista a su cliente, para recopilar más información sobre él.	TIEMPO	5 Horas_clase
ACTIVIDAD 3. ***Creación y presentación del paquete turístico***			
RESUMEN	Se analizan los datos del video y de la entrevista, para que se proceda al diseño del paquete turístico.	TIEMPO	2 Horas_clase + 3 Horas_casa
ACTIVIDAD 4. ***Evaluación de los paquetes turísticos***			
RESUMEN	Los alumnos-agentes turísticos, presentan los paquetes turísticos a sus respectivos clientes, con los que debaten las alteraciones necesarias.	**TIEMPO**	1 Hora_clase + 1 Hora_casa
ACTIVIDAD 5. ***Envío de la propuesta final***			
RESUMEN	Tras el debate con los compañeros y con los clientes asignados, los alumnos-agentes turísticos perfeccionan el paquete turístico creado y lo envían a sus clientes.	TIEMPO	1 Hora_clase + 2 Horas_casa

Imagen 2 - Cuadro resumen de la actividad de telecolaboración creada para el proyecto ICCAGE: *Paquete turístico a la demanda* (producción propia)

CONCLUSIONES

Si entendemos la CCI como la habilidad del individuo de emplear de forma eficaz un comportamiento apropiado en el contexto social y cultural, las actividades y las tareas del módulo *Creación de un paquete turístico* se diseñaron con el fin de crear entornos y situaciones para que los estudiantes de los diferentes países se relacionen e interactúen, fomentando así su sensibilidad intercultural.

Uno de los elementos relevantes en el éxito de los objetivos que se plantearon es la actitud del profesor, sea en relación con el cumplimiento de las tareas, sea en lo que se encuentra asociado a la adquisición de las competencias particulares de sus estudiantes. Actuando como guía y mediador, el profesor va estimulando la práctica de la comunicación intercultural e incita al desarrollo de las capacidades críticas (análisis, comparación y síntesis) y la adquisición de valores (adaptabilidad, tolerancia, flexibilidad, empatía, rechazo del prejuicio y del etnocentrismo).

Asociado a la evaluación, se subraya la importancia de trabajar las actividades y las tareas del módulo de forma secuencial y holística, ya que, para el desarrollo de la CCI, el alumnado debe, individualmente o en grupo, analizar, evaluar y reflejar en sus conclusiones, sus experiencias dentro de los distintos grupos multiculturales. En ese sentido, y con la finalidad de adecuar la enseñanza del español a las necesidades reales de la comunicación profesional en el ámbito del turismo, donde los profesionales de este sector adquieren un papel determinante como mediadores interculturales, pudimos recrear los escenarios de comunicación específicos en que se ven envueltos los profesionales del turismo. Del mismo modo, la exposición de los estudiantes a situaciones de comunicación real, propiciadas por el uso de la telecolaboración, nos permitió analizar sus actos de habla dentro del ámbito profesional específico del turismo, con lo cual no solo atendimos a la vertiente lingüística de la comunicación, sino a la intencionalidad, adecuación e implicación contenidas en un escenario de interacción, factores que se actualizan en función del contexto cultural en que tiene lugar la comunicación. En otras palabras, la adquisición de la competencia lingüística, sociolingüística y discursiva debe ir necesariamente unida a la incorporación y activación de los conocimientos, destrezas y habilidades interculturales específicas de la especialidad en la cual se llevará a cabo la interacción profesional.

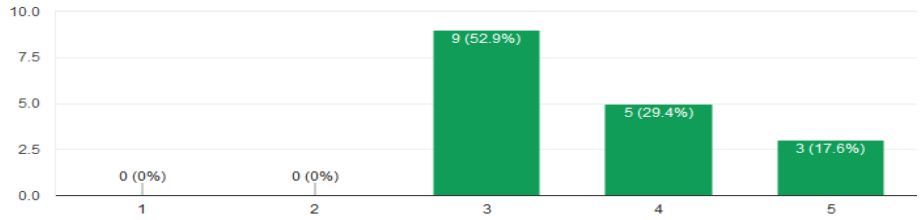


Imagen 3 - Respuesta a la cuestión: El proyecto me ha ayudado a desarrollar mis destrezas de comunicación en español (producción propia)

Al hacer que los estudiantes comprendan la influencia de todos estos componentes en cualquier acto de comunicación intercultural, podrán adquirir las competencias comunicativas interculturales necesarias para enfrentarse con éxito a diferentes escenarios de comunicación en su actividad profesional. En las tareas propuestas, mediante la realización de actividades de interacción en línea entre estudiantes con diferentes culturas, que reprodujeron los escenarios de comunicación intercultural que suelen producirse en la actividad profesional del turismo, los estudiantes implicados desarrollaron su competencia comunicativa intercultural apoyándose en distintas actividades o tareas propuestas, tal y como se refleja por el análisis de la opinión de los alumnos:

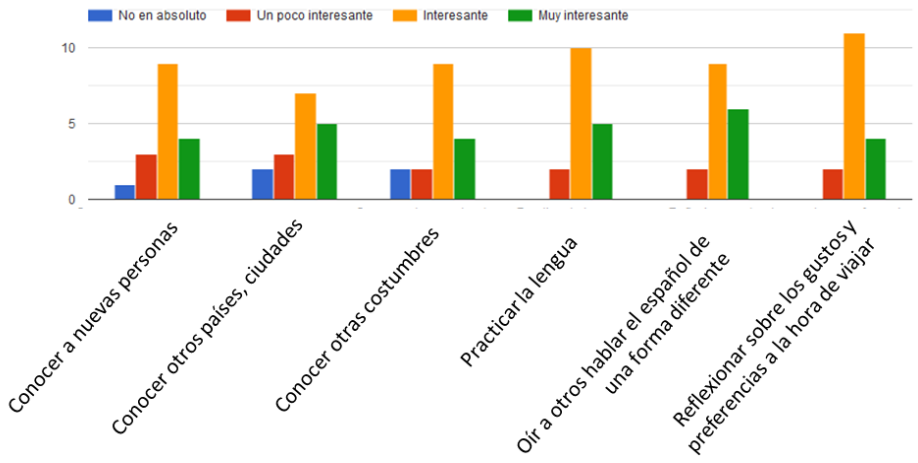


Imagen 4 - Respuesta a la cuestión: ¿Por qué ha sido interesante ver los vídeos de los demás? (producción propia)

Para concluir, se insiste en que, tras la creación y consecuente aplicación práctica del módulo *Paquete turístico a la demanda*, se acentúa la necesidad de seguir apostando y trabajando, en la enseñanza superior, para una mejor preparación de los estudiantes en relación con lo que es y será el trabajo en un mundo global y globalizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barrett, M., Byram, M., Lazár, I., Mompolnt-Gaillard, P. y Phillppou, S. (2014). Developing Intercultural Competence Trough Education. En J. Huber y C. Reynolds (Eds.), *Developing intercultural competence trough education* (pp. 27-35). Estrasburgo: Consejo de Europa.

Beamer, L. y Varner, I. (2001). *Intercultural communication in the global workplace*. Singapur: McGraw-Hill.

Bizarro, R. y Braga, F. (2011). Educação intercultural, competência plurilingue e competência pluricultural: novos desafios para a formação de professores de Línguas Estrangeira. En Secção de Estudos Franceses, Departamento de Estudos Portugueses e Estudos Românicos (Org.), *Estudos em homenagem ao Professor Doutor António Ferreira de Brito* (pp.57-69). Porto: Faculdade de Letras da U. Porto (FLUP).

Byram, M. (1997). *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Clevedon: Multilingual Matters.

Byrnes, H. (2002). The cultural turn in foreign language departments: Challenge and opportunity. *Profession 2002*, 114-129.

Chen, G. M. (2011). Moving beyond the dichotomy of communication studies: boundary wisdom as the key. En G. Wang (Eds.), *De-Westernizing communication Altering questions and changing frameworks* (pp. 157-171). New York: Routledge.

Chen, G. M. y Starosta, W. (1996). Intercultural Comunication Competence: a synthesis. *Communication Yearbook*, *19*, 353-383.

Chen, G. M. y Starosta, W. J. (2000). The development and validation of the intercultural sensitivity scale. *Human Communication*, *3,* 1-15.

Consejo de Europa (2002). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación*. Madrid: MECD/Anaya. Recuperado de http://cvc.cervantes.es/obref/marco

Deardorff, D. (2006). Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization. *Journal of Studies in Intercultural Education*, *10*, 241-266.

Guilherme, M. (2002). *Critical Citizens for an Intercultural World. Foreign Languages Education as Cultural Politics*. Clevedon: Multilingual Matters.

Heyward, M. (2002). From international to intercultural: Redefining the international school for a globalized world. *Journal of Research in International Education*, *1*, 9-32.

Kramsch, C. (2009) Third culture and Language Education. En V. Cook y L. Wei (Eds.), *Contemporary Applied Linguistics* (pp. 233-254). London: Continuum.

Lewis, T. y O'Dowd, R. (Eds.) (2016). *Online Intercultural Exchange: policy, pedagogy, practice. Routledge Studies in Language and Intercultural Communication*. London: Routledge.

Rodrigo, M. (1999). *La Comunicación Intercultural*. Barcelona: Anthropos.

Schütz, R. y Tschirner, E. (Eds.) (2008). *Communicating across borders: Developing Intercultural Competence in German as a Foreign Language*. Munich: Iudicium.

Spitzberg, B. H. (2000). A *model* of intercultural communication competence. En L. A. Samovar y R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader*, *9*. (pp. 375-387). Belmont, CA: Wadsworth.

Teixeira, A. P. (2013). *O desenvolvimento da competência comunicativa intercultural na aula de PLE: representações e práticas (inter)culturais. Um estudo de caso* [Tesis doctoral]. Facultade de Letras da Universidade do Porto, Porto.

Vilà, R. (2008). La competencia comunicativa Intercultural en adolescentes. *Infancia y aprendizaje 31,* (2), 147-164.

Vilà, R. (2010). Claves de la alfabetización tecnológica para una sociedad intercultural. Pluralità e complessità in educazione. *Pedagogia Oggi*, *1*, 158-178.