

INFOGRAFÍA

Una guía esencial para la Comunicación Intercultural

¿Has participado alguna vez en una conversación internacional y te has sentido incomprendido? No te preocupes, no siempre significa que tu gramática sea deficiente o a una falta de vocabulario concreta; a veces es simplemente una cuestión de **Comunicación Intercultural**.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL?

La Comunicación Intercultural defiende que el 80% de la comunicación humana es no verbal, es decir, sin palabras. Nuestros **gestos, entonación y postura corporal** constituyen el 80% de nuestra comunicación, mientras que nuestras palabras solo representan el 20%. La comunicación no verbal se basa en

interpretaciones que dependen de la cultura de la persona con la que nos comunicamos. Explorar estas interpretaciones es el objetivo de la comunicación intercultural. Repasemos primero los dos tipos de grupos culturales:

80%

CULTURA INDIVIDUALISTA

La atención se centra en el individuo, en su bienestar y su voluntad individual. El “yo” y la autoexpresión tienen prioridad.

Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Irlanda, Países Bajos, Nueva Zelanda, Suecia, Reino Unido, Estados Unidos

CULTURA DE GRUPO

El grupo, o “nosotros” como unidad, tiene prioridad. Esto implica relaciones basadas en una mayor lealtad y selectividad.

Burkina Faso, China, Guatemala, Indonesia, Japón, Kenya, Pakistán, Panamá, Papua Nueva Guinea, Taiwán

Fuentes: “Interethnic communication” John Gumperz, “Cultures and organizations: Software of the Mind” Hofstede, Various works by Edward T. Hall
<https://www.acc.com/sites/default/files/2021-08/Presentation%20The%20culture%20map-%20Breaking%20through%20the%20invisible%20boundaries%20of%20global%20business%20.pdf>.

UNA PANORÁMICA GLOBAL

En 1991, Geert Hofstede se basó en el trabajo de Hall y analizó las características culturales de 50 países. Aunque cada individuo es único, estos estudios ayudan a reconocer las tendencias generales específicas de cada país para comprender

mejor cómo actúan y reaccionan las personas de distintos países. Analicemos los grupos culturales que están en el centro de este análisis uno a uno.

LENGUAJE EXPLÍCITO

El lenguaje explícito es muy directo: un sí es un sí, un no es un no.

Australia, Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Francia, Inglaterra, Hungría, Italia, Países Bajos, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suiza, Estados Unidos

CULTURA INFORMAL

La comunicación se produce sin distinción de estratos sociales. La igualdad y la comunicación abierta son valores centrales.

Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Reino Unido, Irlanda, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Papua Nueva Guinea, Suecia, Estados Unidos

CULTURA JERÁRQUICA

La jerarquía sigue siendo muy importante para ellos: tu comunicación se basa en a quién te diriges y/o quién te habla.

Egipto, India, Indonesia, Irán, Japón, Malasia, Mali, Mauritania, Pakistán, Panamá, Qatar, Arabia Saudí, Siria, Yemen

COMUNICACIÓN IMPLÍCITA

En este caso, el contenido de los mensajes está borroso. Se insinúa más de lo que se entiende. Por ejemplo, un “sí” puede ser una simple respuesta cortés sin ninguna intención real.

Afganistán, Algeria, Angola, Argentina, Bangladesh, Benin, Bután, Bolivia, Botswana, Brasil, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camboya, Camerún, Central African Republic (CAR), El Chad, Chile, China, Colombia, Congo, Costa Rica, Cuba, Djibouti, República Dominicana, Ecuador, Egipto, El Salvador, Guinea Ecuatorial, Eritrea, Etiopía, Gambia, Ghana, Guatemala, Guinea, Guinea-Bissau, Guyana, Haití, Honduras, Indonesia, Costa de Marfil, Kenya, Laos, Liberia, Libia, Madagascar, Malawi, Malasia, Mali, Mauritania, Marruecos, Mozambique, Myanmar, Namibia, Nepal, Nicaragua, Nigeria, Corea del Norte, Pakistán, Paraguay, Perú, Ruanda, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapore, Somalia, Sudáfrica, Corea del Sur, Sudán, Tanzania, Tailandia, Togo, Uruguay, Venezuela

ALGUNOS EJEMPLOS

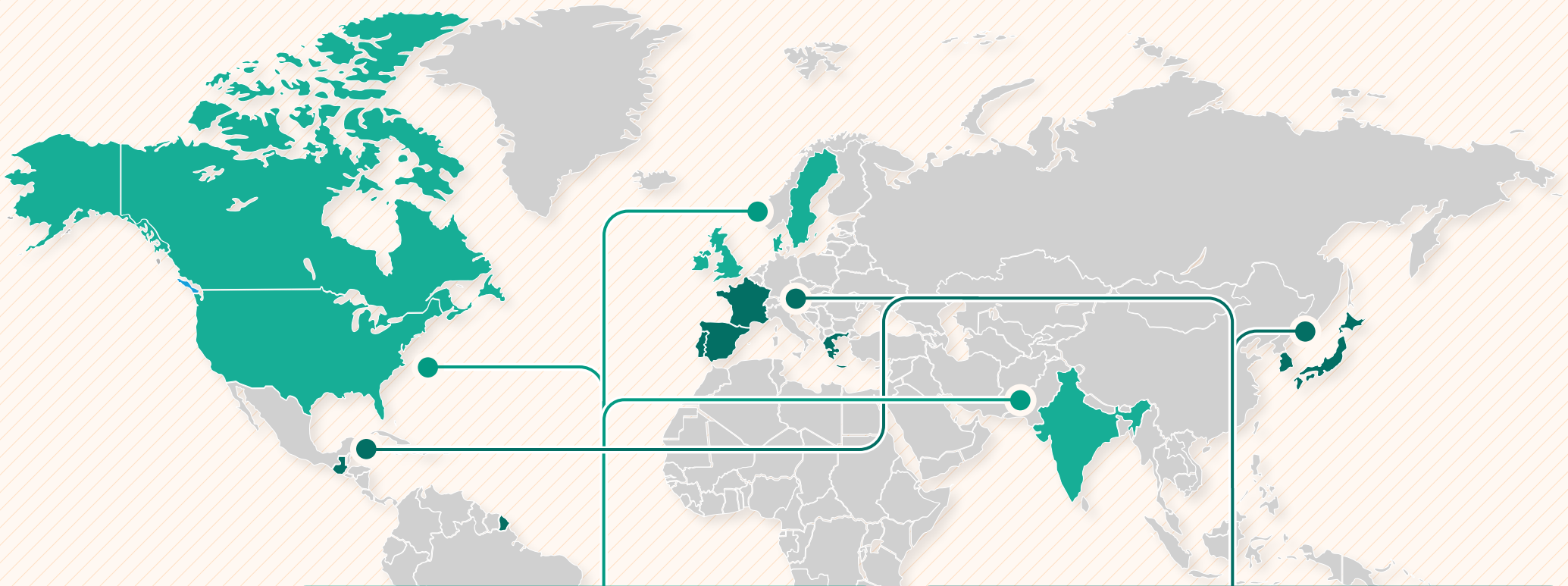
UNA HISTORIA CON UN GIRO

La historia, narrada por el etnógrafo John Gumperz, se desarrolla en un restaurante indio de Gran Bretaña. Los clientes británicos del restaurante se quejan del comportamiento de los camareros. Los camareros, por su parte, se sienten discriminados por los clientes. ¿Cómo se ha llegado a esta situación?

A diferencia de Europa, las frases interrogativas en la India terminan con un sonido “plano”. Así, cuando la camarera india pregunta: “¿Ha terminado?”, los clientes entienden “Ha terminado”. ¿Cómo crees que se sentirán estos?

UN ENCUENTRO FRANCO-ALEMÁN

Diversos estudios han demostrado que los alemanes tienden a centrarse en el contenido de una conversación, mientras que los franceses ponen más énfasis en el aspecto interpersonal. Esto significa que los alemanes pueden resultar a veces demasiado directos y los franceses, por el contrario, cautivadores.



CULTURA DE INCERTIDUMBRE

La gente acepta lo desconocido y los cambios con más calma. Las normas son menos estrictas.

Canadá, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, Suecia, Estados Unidos

GESTIÓN DEL CAMBIO

Los cambios pueden sentirse como amenazas. Para contrarrestarlo, se establecen normas que hacen que la gente se motive más.

Australia, Francia, Grecia, Japón, Portugal, Corea del Sur, España

Todo el mundo llama “barbarie” a lo que no le beneficia.

Michel de Montaigne



EL FOCO EN LAS TAREAS

Esto va de la mano de una cultura basada en la multitarea. Lo que se persigue aquí es que la tarea se complete, el plazo es menos importante, aunque implique retrasos o esperas más largas.

Afganistán, Algeria, Angola, Bangladesh, Bután, Botswana, Burkina Faso, Cabo Verde, Camboya, Camerún, China, República Democrática del Congo, Egipto, Guinea Ecuatorial, Eritrea, Etiopía, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Indonesia, Laos, Liberia, Libia, Madagascar, Malawi, Malasia, Mali, Mauritania, Marruecos, Mozambique, Myanmar, Namibia, Nepal, Nigeria, Corea del Norte, Pakistán, Ruanda, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapur, Somalia, Sudáfrica, Corea del Sur, Sudán del Sur, Sudán, Tanzania, Tailandia, Uganda, Vietnam, Zambia, Zimbabwe

EL FOCO EN EL TIEMPO

La cultura es monocrónica. Tendemos a dar prioridad a un marco temporal concreto.

Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Francia, Reino Unido, Italia, Países Bajos, Nueva Zelanda, Portugal, España, Suiza, Estados Unidos

ALGUNOS EJEMPLOS

ETIQUETA EN LAS COMIDAS

Durante una comida de negocios, a los estadounidenses les gusta hablar de su trabajo, mientras que los franceses prefieren esperar al final de la comida para hablar de trabajo.

COGER Y COGER

Como el lenguaje crece donde se habla, hay en muchas ocasiones que es necesario conocer sus matices locales. A pesar de compartir idioma, el castellano y el español pueden ser muy diferentes teniendo en cuenta sus contextos. Ten cuidado si trabajas con un mexicano y tenéis que “coger” un bus para ir a la oficina, por ejemplo...

