

Estrategias comunicativas aplicadas al ámbito de la mediación intercultural

M.^a Jesús Paredes Duarte | Universidad de Cádiz

El presente trabajo supone una pequeña revisión sobre el concepto de estrategia comunicativa, su tipología y una aplicación práctica al ámbito de la mediación intercultural.

Palabras clave: *comunicación, estrategia lingüística, mediación intercultural.*

This article reviews the concept of communicative strategy, looks at the different kinds of communicative strategy and gives a practical application in the area of intercultural mediation.

Keywords: *communication, language strategy, intercultural mediation.*

Ce document suppose une petite révision du concept de stratégie communicative, de sa typologie et une application pratique au domaine de la médiation interculturelle.

Mots clés : *communication, stratégie linguistique, médiation interculturelle.*

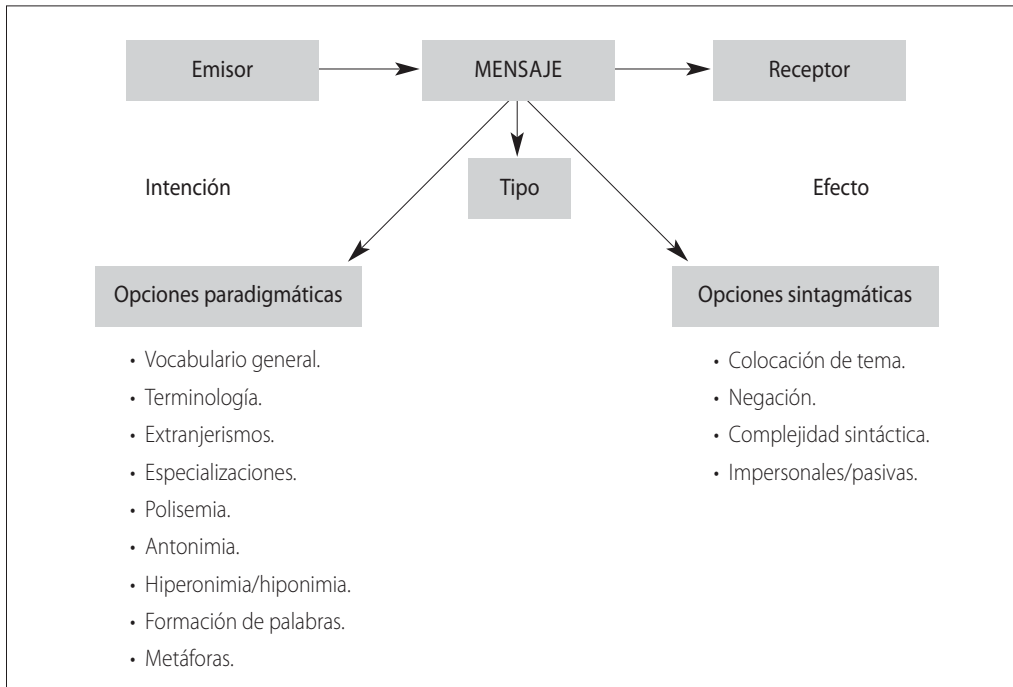
1. Introducción

El presente trabajo se enmarca en dos proyectos sobre comunicación que actualmente llevan a cabo profesores del grupo de investigación Semaïnein de la Universidad de Cádiz.¹ Ambos estudios, que implican una evidente complementariedad, centran sus objetivos en la consecución de una mejora considerable en tres supuestos conversacionales de inevitable participación a lo largo de la vida de cualquier

individuo: las interacciones médico-paciente, administración-ciudadano y empresa-cliente.² Para analizar todas las situaciones de habla citadas con marcado rigor científico, había que partir de un modelo comunicativo que pudiera aplicarse a todos los contextos estudiados. Dicho modelo, que presentamos en el cuadro 1, ha sido elaborado, en el marco de los proyectos, a partir de los modelos más relevantes propuestos por los estudiosos del tema a lo largo de la his-

1. El primero, titulado «Estrategias lingüísticas aplicadas a la comunicación social en los ámbitos de la medicina, la Administración y la empresa», está subvencionado por el Ministerio de Educación y Ciencia en su Plan Nacional de I+D+i y los Fondos Feder en su convocatoria de 2005 (Ref. HUM 2006-12523/FILO9), y el segundo, bajo la denominación de «Estudio de la comunicación social y estrategias lingüísticas en las interacciones médico-paciente, Administración-ciudadano y empresa-cliente» (Ref. HUM-1202), ha sido seleccionado por la Junta de Andalucía como proyecto de excelencia también en ese mismo año.

2. Para una detallada exposición de los trabajos publicados por los investigadores del grupo Semaïnein, véase www.uca.es/grup-invest/semaïnein

Cuadro 1. Modelo comunicativo adoptado

toria³ y será aplicado en este trabajo al ámbito de la mediación intercultural, no sin olvidar que en estos casos se produce un proceso comunicativo muy peculiar con las consecuencias que ello supone en su aplicación.

2. La comunicación intercultural

Entendemos como *comunicación intercultural* «la comunicación entre aquellas personas que poseen unos referentes culturales tan distintos que se autoperciben como pertenecientes a culturas diferentes» (Rodrigo, 1999: 12). Este concepto pone en relación dos realidades que deberían ir intrínsecamente unidas: comunicación y cultura. Sin embargo, la tradición de estudios dedicados al primer campo a menudo no

ha tenido en cuenta en sus investigaciones aspectos etnológicos y culturales, íntimamente ligados a los comunicativos. La figura del mediador se convierte entonces en indispensable para diluir, en la medida de lo posible, esta dificultad. Por ello, vamos a dedicar un apartado a su estudio, no sin adentrarnos con anterioridad en el desarrollo del contexto comunicativo concreto.

2.1. Un doble proceso de comunicación

Siguiendo a Collados y Fernández Sánchez (2001: 43), podemos afirmar que en el caso de la mediación intercultural se produce un doble proceso de comunicación. Por una parte, nos encontramos con un primer emisor, al que llamaremos *emisor 1*, cuya intención es dirigirse a

3. Para una revisión historiográfica de la teoría de los modelos comunicativos, véase Varo (2008).

un *receptor 1*, representado por un grupo de individuos que pertenecen a otra comunidad lingüístico-cultural. Sin embargo, la imposibilidad de establecer una comunicación unilateral debido a la falta de entendimiento tanto desde el punto de vista lingüístico como cultural hace que un *emisor 2*, representado por la figura del mediador intercultural, se dirija a un *receptor 2*, compuesto por el mismo grupo de individuos del *receptor 1* a excepción de aquel que va a actuar como mediador, ya que éste empieza a ocupar, en el segundo proceso de comunicación, el lugar del emisor. Se trata, pues, en palabras de estos autores (Collados y Fernández Sánchez, 2001: 44), de una comunicación establecida sobre otra, cuya particularidad, frente a otros esquemas comunicativos, es que solamente una parte del receptor se convierte en emisor en la siguiente intervención conversacional. Veamos un esquema ilustrativo en el cuadro 2.

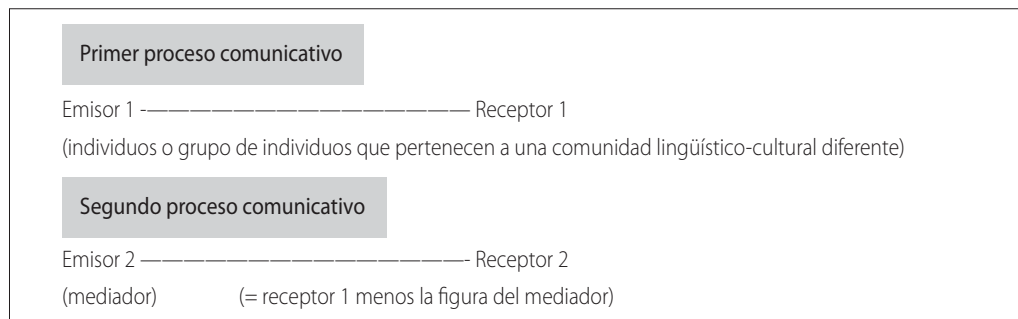
Este doble esquema se repite también en aquellos casos en los que el emisor y el receptor hablan distinta lengua; son las situaciones reales que conocemos como *traducción simultánea*, donde el emisor 2 está normalmente representado por la figura del traductor. En el caso de la mediación intercultural, se produce, además, lo que Collados y Fernández Sánchez (2001: 43)

denominaron *mediación interlingüística*, es decir, que el emisor no es sólo traductor sino también intérprete. Esta tradicional dicotomía traducción/interpretación se pone aquí de manifiesto, ya que el acercamiento cognitivo de ambos aspectos se va a producir indiscutiblemente.

Como ya hemos adelantado, la comunicación interlingüística responde a un modelo de comunicación por duplicado. De él surge la noción de *interlengua*, que es, según Fuentes (2001: 112), el «resultado comunicativo de la interculturalidad», un «tipo de lengua producido por quien aprende una segunda lengua». Dentro de esta interlengua hay determinadas estrategias comunicativas que están destinadas a la adecuación a un tipo de expresión de los significados utilizando las palabras y la gramática que los receptores ya conocen. De acuerdo con ello, este autor defiende que existe un concepto concreto de hablante-oyente intercultural que remite a un «hablante capaz de interactuar comunicativamente con hablantes sin que su inconsciente le dicte que está hablando con personas que tienen errores lingüísticos y que no se atienen a la norma» (Fuentes, 2001: 114).

Si aplicamos nuestro modelo comunicativo a ambos procesos, que conforman un todo en estos casos, podemos destacar la importancia de la in-

Cuadro 2. Doble proceso de comunicación



tención del emisor y del efecto que desea producir en el receptor, así como del tipo de mensaje transmitido, para que se cumpla con éxito la comunicación, puesto que hay que tener en cuenta:

- Que el mediador intercultural capte correctamente toda la intencionalidad del emisor y también el efecto que éste desea proporcionar al receptor.
- Que el mediador intercultural, en este caso en su papel de emisor 2, sepa transmitir a este receptor la intencionalidad y que «traduzca» los efectos requeridos a unos hábitos culturales diferentes.
- Por último, la importancia del tipo de mensaje, ya que el mediador cultural, como veremos en el apartado siguiente, no es un experto conocedor de todos los temas ni de sus consecuencias interculturales.

En cuanto a las opciones paradigmáticas y sintagmáticas, éstas se verán adaptadas a la competencia lingüística del mediador en la lengua a la que traduce y, por supuesto, olvidadas en favor de una mayor claridad comunicativa.⁴

En estos aspectos, y desde el punto de vista de la lingüística, son las tendencias textuales y pragmáticas de dicha disciplina las que entran en juego en estas disociaciones. Hay que partir siempre del texto como unidad comunicativa, ya que intentar «traducir» o «mediar» unidades menores sería problemático para el sentido global de la comunicación y la consecución de sus objetivos. A pesar de ello, no podemos olvidar aspectos cognitivos que dan lugar a la participación de la psicolingüística como disci-

plina en la que entran en juego factores tanto del sistema de información sensorial como de los sistemas de memoria a corto y a largo plazo (Collados y Fernández Sánchez, 2001: 43).

Otros autores no hablan de un doble proceso comunicativo en el caso de la mediación intercultural sino de un «triángulo como espacio de la mediación» donde el mediador constituiría el vértice superior y el emisor y el receptor los vértices inferiores, respectivamente (Bermúdez *et al.*, 2002: 133-135).

2.2. El mediador como emisor

Sin embargo, el mediador no es tan sólo un traductor o un intérprete. Su figura⁵ como emisor merece unas consideraciones concretas. Partamos, pues, del concepto general de *mediación* para poder caracterizar al mediador como emisor del proceso comunicativo correspondiente, cuya remisión nos conduce a otros conceptos implicados, tales como el *conflicto* y la *solución*. En la mediación, una persona actúa como «intermediaria» entre dos o más partes para facilitar la comunicación (Málik y Herraz, 2005: 17).

Es evidente que, en el ámbito de la mediación lingüística, no vamos a llegar a un conflicto como tal, sino más bien a una dificultad que se centra en la parcela comunicativa. Se trata de establecer un proceso creador donde se pase de un término inicial a un término final, que no sólo sea equivalente desde el punto de vista semántico, sino también desde sus sentidos, connotaciones y posibles interpretaciones. Para Cohen-Emerique (1997) existen tres tipos principales de mediación lingüística:

4. Como afirman Collados y Fernández Sánchez (2001: 45) y desde una perspectiva pragmática, han de romperse incluso las máximas conversacional, si así lo requiere la situación, en favor de las necesidades y expectativas del nuevo grupo de receptores.

5. Para una detallada revisión del perfil del mediador intercultural, cf. Bermúdez Anderson *et al.* (2002: 107-128).

1. Preventiva, para facilitar la comunicación y la comprensión.
2. Rehabilitadora, para la resolución de conflictos.
3. Creativa, para la elaboración de estrategias de relación e interacción.

Cada una de ellas provocará una serie de estrategias comunicativas que serán comentadas en el apartado siguiente de este trabajo.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, el mediador como emisor se convierte en un simple traductor o intérprete. Sin embargo, el mediador lingüístico es algo más, pues, aún no teniendo competencia en todas las lenguas de la población inmigrada, es capaz de llevar a cabo con éxito todo un proceso comunicativo. Como afirma Fuentes (2001: 108), «no es condición suficiente ser un buen intérprete o traductor para ser un buen mediador». Tener competencias interculturales se refiere, por tanto, a poseer «habilidades cognitivas, afectivas y prácticas necesarias para desenvolverse eficazmente en un medio intercultural» (Agüado *et al.*, 2003: 141).

3. Estrategias comunicativas aplicadas al ámbito de la mediación intercultural

En este apartado del trabajo, vamos a partir del concepto de *estrategia comunicativa* para ofrecer, inmediatamente después, una tipología de estrategias comunicativas basada en las clasificaciones que proponen los estudiosos del tema y, por último, centrarnos en el ámbito concreto de la mediación intercultural.

3.1. El concepto de *estrategia comunicativa*

La definición de *estrategia comunicativa* se remonta en sus orígenes al aprendizaje de una segunda lengua. En principio, nos resulta complicada por el carácter siempre sociolingüístico y psicolingüístico que posee. Sin embargo, el lenguaje es siempre usado como una estrategia de comunicación. Esto tampoco es fácil de reconocer, pues para la identificación de estrategias necesitamos una definición básica de dichas estrategias. Según Kasper y Kellerman (1999: 2-4), podemos establecer dos cauces en la identificación de estos procedimientos: uno que atiende a las marcas del discurso y otro que se sitúa en los protocolos retrospectivos de aprendizaje (modelos cognitivos), lo que dará lugar a dos tipos principales de estrategia (de forma y de contenido).

Por nuestra parte, podemos definir las *estrategias comunicativas*, siguiendo a Saló (2006: 212) como las diferentes modalidades de intervención en un discurso «con el fin de orientarlo hacia unos objetivos determinados y deliberados con intención y propósito específicos». Las estrategias corresponden, pues, a las intenciones y a los actos comunicativos, que en cada contexto señalan la dirección del uso del habla y la significación de algunos de los procesos reales de interacción comunicativa. Consisten en:

[...] procedimientos de instrucción verbales que presentan un formato o estructura general y que conjuntamente con otros como esquemas, técnicas y ayudas, por medio de la mediación lingüística, y más concretamente del habla, tienen como objetivo aportar apoyo interaccional a la construcción, apropiación, activación e interpretación significativa. (Saló, 2006: 213)⁶

6. Dentro de este amplio campo de estrategias comunicativas, encontramos lo que Dijk y Kintsch (1983) denominaron *estrategias lingüísticas o del discurso*, definidas como recursos lingüísticos en el marco de las estrategias cognitivas que los usuarios del lenguaje aplican a la comprensión o producción de los actos de habla.

3.2. Tipos de estrategia comunicativa

Podemos establecer una tipología de estrategias comunicativas atendiendo a tres grandes aspectos que no son en ningún modo excluyentes y que atañen a su aplicación, su estructura y su naturaleza:

- Desde el punto de vista de su aplicación:
 - Aplicadas a contextos situacionales: son aquellas estrategias cuya utilización tiene sentido en un contexto situacional determinado. Las más estudiadas son las que se aplican al aprendizaje de una segunda lengua,⁷ aunque despiertan también mucho interés aquellas utilizadas en el contexto del aula (Saló, 2006), así como en determinados contextos laborales, como por ejemplo en el lenguaje de los negocios o en el de la política. También se dan estrategias de este tipo en la propia lengua materna cuando existe una finalidad determinada o, por ejemplo, cuando ésta ha sido afectada por un daño cerebral o una enfermedad concreta.
 - Aplicadas a contextos lingüísticos determinados que exigen la utilización de estrategias: pondremos como ejemplo la tendencia a la claridad y la economía del lenguaje. Cuando un hablante conceptualiza un mensaje no cuenta las palabras que va a usar para codificarlo; sin embargo, existe un principio de economía lingüística que le obligará a tomar otro
- camino que lo llevará hacia la completa reorganización de la planificación original o hacia la sustitución de determinados elementos siempre en favor de la claridad del mensaje.⁸
- Desde la perspectiva de su estructura:⁹
 - Estrategias conceptuales o estrategias de contenido (también llamadas *de significado*): las más importantes serían de tipo léxico (contigüidad semántica por analogía, antonimia, metonimia, sinonimia, motivación semántica o neologismos de significado), sintáctico (circunlocución, explicación, sobreexplicación, repetición, ejemplificación, reestructuración, interrupción o anulación) y algunas pragmáticas (mimos, gestos o paráfrasis).
 - Estrategias de código o estrategias de forma: con ellas nos moveríamos en el ámbito de la morfología y la creación léxica, por ejemplo: los préstamos, los extranjerismos, los neologismos, la traducción literal y todas las creaciones morfológicas (sufijación, prefijación, composición, etc.).
- Atendiendo a su naturaleza:¹⁰
 - Estrategias verbales: serían aquellas basadas en recursos lingüísticos.
 - Estrategias no verbales: conformarían todo un conjunto de signos que apoyan al lenguaje y que entran en los dominios de la semiótica, de la cinésica e incluso de la cognición (vista, olfato, tacto).

7. Recordemos que fue justamente en este ámbito donde nace el concepto de *estrategia comunicativa*.

8. Para un mayor desarrollo de las estrategias comunicativas utilizadas en caso de compensación por economía y claridad lingüísticas, véase Poulisse (1999: 49-64).

9. Esta diferenciación es utilizada por muchos autores, como Yule y Tarone (1999: 20), pero seguimos exactamente la terminología de Kellerman y Bialystok (1999: 36).

10. Diferenciación propuesta por Rodrigo (1999).

3.3. Principales problemas y dificultades para aplicar las estrategias comunicativas

Para proponer una serie de estrategias comunicativas en el ámbito de la mediación intercultural, en primer lugar hay que determinar qué obstáculos nos encontramos en estos contextos. Álvarez González *et al.* (2005a: 181) denominaron *barrera de comunicación* a los «problemas u obstáculos que surgen antes, durante y después de una relación de comunicación entre dos o más personas». Existen tres tipos de barreras:

1. Aquellas que se refieren a un entorno personal: éstas, a su vez, pueden dividirse en intrapersonales o referidas al ámbito más personal del emisor (por ejemplo, prejuicios y estereotipos) e interpersonales o variables del proceso de comunicación en cuanto a contenido informativo, racional o emotivo.
2. Barreras físicas que ponen de relieve el entorno en cuanto a lugar, ruido, etc.
3. Barreras organizativas que manifiestan la estructura de la comunicación (por ejemplo, un rumor).

De estos tres tipos, las que más aparecen en los contextos de mediación cultural son las intrapersonales, por el papel que desempeñan en estos casos los prejuicios y los estereotipos, y las organizativas, pues, como ya dijimos, al tratarse de un doble proceso comunicativo o de los tres lados de un triángulo, este contexto presenta una estructura muy peculiar.

Otro de los problemas que encontramos a la hora de establecer una serie de estrategias en estos ámbitos es que la estrategia es, al menos en principio, consciente o potencialmente consciente; por eso, en el caso de

la mediación, si el hablante no conoce la gramática de la L2, lo que es común en estos casos pues el mediador no puede conocer todas las gramáticas de la población inmigrada, sólo podrá utilizar estrategias léxicas, lo cual complicará el terreno en gran medida.

Además, debemos establecer estrategias teniendo en cuenta las técnicas de mejora de comunicación intercultural que proponen autores como Álvarez González *et al.* (2005b: 240), entre las que destacan:

1. Conocer la propia cultura.
2. Evitar estereotipos y generalizaciones.
3. Estar alerta ante el choque cultural.
4. Metacomunicarse.
5. Evitar sobreentendidos.
6. Atender al contexto comunicacional.
7. Crear igualdad.
8. Estar abierto al cambio.
9. Desarrollar la creatividad.

4. Conclusiones

De acuerdo con todo lo expuesto anteriormente y, en concreto, con la clasificación de estrategias comunicativas esbozada en el apartado anterior del trabajo, podemos concluir determinando unas estrategias comunicativas que deben ser tenidas en cuenta en el ámbito de la mediación intercultural. En primer lugar, vamos a partir de que se trata de estrategias aplicadas a un contexto situacional concreto en el que proponemos, por una parte, estrategias específicas de contenido y de forma, y por otra, estrategias no verbales frente a estrategias verbales.

En cuanto a las estrategias de contenido, se prefiere quizás, como hemos dicho antes, la estrategia léxica por no requerir de conceptos gramaticales exhaustivos, aunque también debe recurrirse a recursos sintácticos del tipo

de la paráfrasis, la explicación y la repetición. Deben dejarse a un lado, sin embargo, aquellas estrategias que responden a motivaciones y aproximaciones semánticas por la diferencia cultural existente entre los hablantes de las dos lenguas. Por su parte, las estrategias de forma preferirían el calco y el préstamo y la traducción literal al neologismo y a la creación morfológica por sufixación o derivación.

En lo que respecta a las estrategias no verbales que cuidan aspectos que difieren de una cultura a otra, podemos enumerar las siguientes:

la proximidad física, el contacto visual, la postura, el asentimiento, la buena utilización de la mímica y los gestos (Rodrigo, 1999: 130-161, y Álvarez González *et al.*, 2005b: 239). Por su parte, las estrategias verbales (Rodrigo, 1999: 100-129, y Álvarez González *et al.*, 2005b: 240) suponen un apoyo logístico al propio procedimiento de traducción de una lengua a otra y serían, entre otras, parafrasear, preguntar, resumir, pedir más información, emitir sonidos confirmatorios que ayuden a mejorar la propia traducción de una lengua, etc.

Bibliografía

- AGUADO, T.; BALLESTEROS, B.; MALIK, B. (2003). «Cultural diversity and school equity: A model to evaluate and develop educational practices in multicultural education contexts». *Equity Excellence*, vol. 36(1), pp. 50-63.
- ÁLVAREZ GONZÁLEZ, B. *et al.* (2005a). «Comunicación interpersonal y comunicación intercultural». En: MALIK, B.; HERRAZ, M. (coords). *Mediación intercultural en contextos socioeducativos* (pp. 179-199). Málaga: Aljibe.
- (2005b). «Evolución y desarrollo de la competencia de comunicación intercultural». En: MALIK, B. HERRAZ, M. (coords.). *Mediación intercultural en contextos socioeducativos* (pp. 201-241). Málaga: Aljibe.
- BERMÚDEZ, K. *et al.* (2002). *Mediación intercultural: Una propuesta para la formación*. Madrid: Popular.
- COHEN-EMERIQUE, M. (1997). «La negotiation interculturelle, phase esentielle de l'integration des migrants». *Hommes et Migrations*, núm. 1208, pp. 9-23.
- COLLADOS, Á.; FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, M. (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Granada: Comares.
- DIJK, T. van; KINTSCH, M. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. Londres: Academic Press.
- FUENTES, A.D. (2001). «La Lingüística ante el reto de la inmigración». En: CASAS, M. (dir.); FERNÁNDEZ SMITH, G. (ed.). *IX Jornadas de Lingüística*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- GARCÍA ANTUÑA, M. (2010). «Consideraciones metodológicas sobre la elaboración de un léxico específico de la piel». *Interlingüística*, núm. 19. [En prensa]
- KASPER, G.; KELLERMAN, E. (1999). «Introduction: approaches to communication strategies». En: KASPER, G.; KELLERMAN, E. (eds.). *Communication strategies: Psycholinguistic and sociolinguistic perspectives* (pp. 1-14). Londres / Nueva York: Longman.
- KELLERMAN, E.; BIALYSTOK, E. (1999). «On psychological plausibility in the study of communication strategies». En: KASPER, G.; KELLERMAN, E. (eds.). *Communication strategies: Psycholinguistic and sociolinguistic perspectives* (pp. 31-48). Londres / Nueva York: Longman.
- MALIK, B.; HERRAZ, M. (2005). «Mediación intercultural: Bases conceptuales e introducción». En: MALIK, B.; HERRAZ, M. (coords). *Mediación intercultural en contextos socioeducativos* (pp. 17-29). Málaga: Aljibe.
- POULISSE, N. (1999). «Compensatory strategies and the principles of clarity and economy». En: KASPER, G.; KELLERMAN, E. (eds.). *Communication strategies: Psycholinguistic and sociolinguistic perspectives* (pp. 49-64). Londres / Nueva York: Longman.

- RODRIGO, M. (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- SALÓ, N. (2006). *Estrategias comunicativas en el aula*. Barcelona: Cea.
- VARO, C. (2009). «Aspectos evolutivos en los modelos lingüísticos de la comunicación». En: GARCÍA MARTÍN, J.M. (dir.); BASTARDÍN, T.; RIVAS, M. (dirs.). *Estudios de historiografía lingüística* (pp. 781-792). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- YULE, G.; TARONE, E. (1999). «Investigating communication strategies in L2 reference: pros and cons». En: KASPER, G.; KELLERMAN, E. (eds.). *Communication strategies: Psycholinguistic and sociolinguistic perspectives* (pp.17-30). Londres / Nueva York: Longman.