

Variaciones culturales en la correspondencia comercial en inglés

Rut Muñiz Calderón, Universidad Politécnica de Valencia
M^a Luisa Carrió Pastor, Universidad Católica de Valencia

Resumen

El inglés es considerado como la lengua de comunicación internacional tanto en el mundo del comercio, de los negocios, como en el mundo académico y científico. Como consecuencia, esta circunstancia le afecta directamente en su uso, pues al adaptarse a las distintas formas de expresión de los países que la utilizan como lengua franca, le hace perder de alguna manera su identidad propia. Ello también afecta a la enseñanza del inglés específico de los negocios o para fines comerciales, que ha experimentado un desarrollo vertiginoso en los últimos años. Los rasgos culturales del usuario de una segunda lengua influyen en la forma de expresarse y aunque se utilice de forma correcta, siempre existen expresiones que delatan la nacionalidad del escritor. En este artículo analizaremos si la influencia de la lengua materna (L1) provoca variaciones culturales en la organización textual de cartas de solicitud de empleo, escritas en lengua inglesa (L2) por estudiantes españoles de Ciencias Empresariales. Vamos a valorar si estas variaciones afectan a la comunicación formal en inglés de los negocios o si, por el contrario, los estudiantes no se dejan influir por la L1 y siguen las directrices de la L2 propuestas en los libros de texto y aprendidas en el aula.

Palabras clave: variación; cultura; inglés comercial.

Abstract

English is considered an international language in the business, the academic and the scientific environment. The English language is used by speakers with different cultural backgrounds who make use of it as a lingua franca; as a consequence, this fact produces a change and variation in the use of the second language. This affects to the teaching of specific business English or English for commercial purposes, that has suffered an important expansion recently. The cultural characteristics of the producer of a second language interfere in the way he/she expresses, and although the language use is correct, there are expressions or formal words that show us the nationality of the writer. In this article, we analyze if the influence of the mother tongue (L1) causes cultural variations in the textual organization of application letters, written in English language (L2) by Spanish students of Business Studies. We evaluate if these variations affect to formal communication in business English or if, on the contrary, the students are not affected by their L1 and follow the instructions of the L2 proposed by textbooks and practiced in class.

Key words: variation; culture; business English.

1. Introducción

El aprendizaje y enseñanza de la lengua inglesa como segunda lengua (L2) ha sido objeto de investigación desde hace varias décadas, ya que no siempre se logran obtener resultados satisfactorios, debido, en ciertas ocasiones, a las influencias socio-culturales de cada país. Como señala Ellis (1994: 15), “The role of SLA is the description and explanation of the learner’s linguistic or communicative competence”. Al analizar la forma en que se adquiere una segunda lengua hemos de tener en cuenta variantes como las vías de comunicación, las interferencias y las disfunciones lingüísticas.

Un ejemplo es el aprendizaje del inglés para fines específicos, en el que se enseña la lengua inglesa de forma específica así como las destrezas comunicativas que en el futuro los aprendices van a necesitar en su profesión. Este tipo de aprendizaje pone en evidencia la diversidad cultural del inglés de los negocios (IN), puesto que la misma empresa que tiene distintas filiales varía sus formas de comunicación o de publicitarse según las características culturales de cada país. Según Dudley-Evans y St. John (1998) el IN ha estado siempre más abierto a la idea de la diversidad cultural que el inglés para fines académicos, ya que éste último se ha basado más en las reglas y directrices establecidas por las autoridades académicas norteamericanas. En el contexto académico, el hablante no nativo necesita estar integrado y conocer todas sus vertientes, puesto que la lengua es la base de la comunicación y para ello existen unos estereotipos. Sin embargo, en el contexto de los negocios, la lengua comunica, pero hay otras circunstancias que influyen, como la cultura del hablante. De la misma forma, la diversidad cultural tiene que afectar a la creación de materiales didácticos y a los contenidos de los cursos, pero si se integran las variaciones culturales, existe una comunicación completa y diversa en el ámbito internacional de los negocios.

Para comunicarnos con otros hablantes en una segunda lengua, es necesario tener en cuenta las diferencias culturales y las normas de protocolo y de convivencia de los diferentes países, ya que, una lengua es un reflejo inequívoco de la cultura del hablante. Todo esto es más evidente en culturas muy dispares como la occidental y oriental, pero no hemos de olvidar que dentro de los países occidentales también hay una gran diversidad de costumbres, estilos de vida y tradiciones que el inglés se encarga de propagar. La comunicación se basa en el lenguaje, pero al estar integrado en una sociedad determinada, ésta última condiciona los contenidos y formas de transmitirla.

Ser capaces de comunicarnos a través de la escritura con personas con las que no compartimos una herencia cultural es una habilidad que hemos adquirido en la era de las tecnologías de la comunicación y la información. La existencia de la comunicación electrónica ha reafirmado la lengua inglesa como lengua franca, pero en la actualidad, las influencias culturales de los hablantes y escritores que la utilizan han provocado variaciones en su producción. Bhatia (1993: 37) explica este fenómeno de la siguiente forma: “It has been well known for some time that various cultures organize and develop ideas differently when writing expository texts and these differences persist when users of these languages learn to write in a new language”.

Es fundamental aprender a redactar correctamente en una segunda lengua y más cuando se están utilizando registros estereotipados, como es el caso del inglés de los negocios. No sólo es importante la corrección lingüística, sino también la efectividad de la comunicación, ya que como bien señala Alcaraz (2000: 149), la expresión escrita es la destreza más difícil de dominar. Por esta razón, muchos estudiantes universitarios, cuando finalizan sus estudios y se enfrentan al mundo laboral, se percatan de las lagunas que no han podido superar en su periodo de formación. Debido a esta carencia en la formación lingüística, creemos que es necesario poner especial atención en la preparación lingüística y comunicativa dentro del contexto universitario, puesto que es el previo a su incorporación en el mundo laboral.

Desde la perspectiva del análisis de géneros, Bhatia (1993: 59) realiza un análisis de las cartas promocionales, incluyendo en este género las cartas de promoción de ventas y las cartas de solicitud de empleo. Realiza una subdivisión de la macroestructura en siete movimientos, atendiendo a los objetivos comunicativos de cada uno de ellos (Bhatia, 1993: 93). Estos movimientos son: establecer credenciales, introducción de la candidatura, ofrecimiento de incentivos, adjuntar documentos, solicitar respuesta, utilizar tácticas de presión y finalizar cortésmente.

Este estudio tiene como objetivo discernir si la lengua inglesa incorpora nuevos registros en la comunicación entre hablantes que poseen una tradición cultural distinta. Para ello se van a clasificar las variaciones culturales que la lengua materna provoca al redactar una carta de solicitud de empleo,

verificando si se siguen los movimientos determinados por Bathia (1993), así como se va a determinar si dichas variaciones afectan a la comunicación. En caso que se refutara esta hipótesis, pasaremos a determinar cuáles son las implicaciones pedagógicas que se derivan y si se han deben incorporar a la enseñanza de la redacción formal de la correspondencia, puesto que se demostraría que no se siguen las pautas estipuladas en los manuales ni las que recomienda Bathia (1993).

2. Metodología

Para nuestro estudio, en primer lugar, se recopilaron diversos manuales de IN que ofrecen diversas editoriales a los docentes del inglés comercial. Estos libros de texto (Ashley, 1992; Tullis & Trappe, 2000; Jones y Alexander, 1989; Nauton, 2000; Loughed, 2003 y Cotton, Falvey & Kent, 2000) nos sirvieron para determinar los tres movimientos básicos que se delimitan en los libros de texto para realizar cartas de petición de empleo en inglés y que se aprecian en la figura 1:

- | |
|---|
| <p>1. INTRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Introduce yourself: name, age, nationality <p>2. BODY OF THE LETTER</p> <ul style="list-style-type: none">➤ State when you are available➤ Describe your relevant experience➤ Describe your skills, languages that you speak, etc.➤ Describe how you meet the requirements of the job <p>3. CONCLUSION</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Say when you are available for the interview➤ Farewell |
|---|

Figura 1. Movimientos de una carta de solicitud de un trabajo

Como se puede apreciar, estos movimientos no concuerdan en su totalidad con los mencionados anteriormente por Bathia, pero, dado que los libros de texto los establecen como recomendaciones, decidimos comparar los resultados de nuestro corpus con estas recomendaciones.

A continuación, se seleccionó un anuncio de trabajo que aparecía en el libro de texto *New International Business English* (nivel intermedio) al que los alumnos tenían que contestar. La actividad se realizó en una clase de la asignatura de “Inglés de los Negocios” del 2º año de la titulación “Ciencias Empresariales” en el curso 2005-06. Participaron 34 alumnos con nivel intermedio-bajo de la Facultad de Estudios de la Empresa (Universidad Católica de Valencia), a los que se les indicaron las pautas a seguir y se les dio el anuncio mencionado anteriormente. Asimismo, se les indicó que podían incluir los movimientos que quisieran, no se les exigía un orden determinado; debían enviar las cartas por correo electrónico a la dirección de la profesora; no debían consultar ningún libro de texto para la realización del ejercicio y disponían de una hora para escribir la carta.

A continuación, se elaboró una plantilla y se procedió a detectar y clasificar todas las variaciones de los movimientos recomendados en las cartas. En primer lugar, se clasificaron las cartas según habían establecido unos movimientos (disposición de los párrafos) diferenciados o no; después se contrastaron los contenidos para verificar si se habían seguido los movimientos recomendados por los libros de texto para escribir una carta de solicitud de empleo o si, por el contrario, la división había sido aleatoria.

3. Resultados y discusión

1. Establecimiento de movimientos explícitos en las cartas

Se detectaron dos grandes grupos de organización textual al escribir las cartas, la división clara del discurso textual en movimientos y el mantenimiento de un único texto, sin separaciones. En la tabla 1 apreciamos que es mayor el porcentaje de cartas que establecen una división en movimientos:

Cartas sin división en movimientos	12 cartas (35,3%)
Cartas con división en movimientos	22 cartas (64,7%)
Total	34 cartas (100,0%)

Tabla 1. División textual de las cartas en movimientos.

Analizando las cartas que establecen una división textual de los movimientos, en la tabla 2 podemos apreciar que no existe un criterio claro entre los alumnos en lo que respecta a su número, ya que han dividido las cartas de forma aleatoria, sin atenerse a una norma.

Número de movimientos textuales	Casos y porcentajes
3 divisiones	6 cartas (27,3%)
4 divisiones	4 cartas (18,2%)
5 divisiones	4 cartas (18,2%)
6 divisiones	5 cartas (22,7%)
7 – 8 divisiones	3 cartas (13,6%)
Total	22 cartas (100,0%)

Tabla 2. Casos de número de movimientos textuales

2. Verificación del contenido de los movimientos en las cartas con divisiones

A continuación, en las tablas 3, 4 y 5 se detallan los contenidos de los movimientos de introducción, cuerpo y despedida de las cartas, para determinar si se han tenido en cuenta los estereotipos formales que establecen los libros de texto o si se ha seguido otro tipo de criterio:

Introducción de la carta	Casos y porcentajes
Presentación personal	16 (72,8%)
Referencia al trabajo	3 (13,6%)
Referencia al anuncio	3 (13,6%)
Total	22 (100,0%)

Tabla 3. Contenido de la introducción de las cartas.

Cuerpo de la carta	Casos y porcentajes
Seguimiento de las pautas sugeridas	14 (63,6%)
Alteración del orden con diversas combinaciones	8 (36,4%)
Total	22 (100,0%)

Tabla 4. Contenido del cuerpo de las cartas.

Conclusión y despedida	Casos y porcentajes
Inclusión del párrafo de despedida	13 (59,1%)
Omisión del párrafo de despedida	9 (40,9%)
Total	22 (100,0%)

Tabla 5. Conclusión o despedida de las cartas.

Hemos de destacar que un 72,8% del total del corpus recopilado ha iniciado la carta presentándose y un 63,6% han seguido las pautas respecto al cuerpo de la carta, y por último, un 59,1% han incluido un párrafo como despedida, como recomiendan los manuales consultados.

3. Contenido de las cartas sin movimientos delimitados textualmente

Por último, explicaremos los resultados obtenidos en el grupo de cartas (12 casos) que no han delimitado los movimientos con una separación textual en párrafos, pero que, sin embargo, sí que han realizado una separación en el contenido:

Delimitación de los movimientos	Casos y porcentajes
Incluyen una presentación	10 (83,3% de un total de 12)
Incluyen un cuerpo	7 (58,3 % de un total de 12)
Incluyen despedida	5 (41,7% de un total de 12)

Tabla 6. Movimientos seguidos en las cartas sin división textual.

En la tabla 6 se observa que la mayoría de ese grupo inicia la carta presentándose y un 58,3% ha seguido las pautas sugeridas por los libros de texto respecto al cuerpo, aunque, por otra parte, un 58,3% ha omitido la despedida. Debemos remarcar que, tanto en las cartas en las que se han hecho divisiones de los movimientos como en las que no, se han seguido las recomendaciones marcadas por los libros de texto en lo que respecta a la introducción y al cuerpo, mientras que no se han seguido en lo que respecta a la despedida, ya que la mayoría de alumnos no ha incluido este movimiento final.

4. Conclusiones

Podemos constatar a través de este estudio que los usuarios de una segunda lengua incorporan nuevas pautas en la comunicación formal, ya que incorporan las tradiciones culturales o las deficiencias en el aprendizaje académico. Prueba de ello es que la división en tres movimientos, que es la que normalmente aconsejan los manuales, ha sido realizada solamente en seis casos, y el resto (16 casos) ha incluido un número de divisiones textuales que no concuerdan con los movimientos recomendados. Los alumnos no tienen una estructura clara de cómo distribuir y estructurar una carta formal, a pesar de ser un aspecto que se incluye en los manuales básicos de inglés comercial, debido a una deficiencia en su aprendizaje y a que no existen estas pautas formales en su lengua nativa.

Sin embargo, si consideramos la distribución y organización de las ideas, se han seguido generalmente los movimientos que nos indica Bhatia (1993), tanto en las cartas que han establecido los movimientos explícitamente como en las que no: el estudiante se presenta en primer lugar; a continuación incluye toda la información que se le solicita y, por último, se despide. No obstante, un número representativo de cartas no ha incluido una despedida, debido a que los estudiantes españoles que se encuentran en ciclos superiores de formación reciben una instrucción escasa sobre técnicas de redacción y este hecho tiene una clara influencia en su producción escrita, y aún más en la redacción en una segunda lengua.

La comunicación ha resultado menos fluida en las cartas que no han explicitado los movimientos, no solamente por este hecho, sino porque se ha omitido información necesaria para la comunicación. El estilo

que se usa es demasiado sintético y más similar al que se utiliza en un mensaje que se envía a través del correo electrónico que a una carta formal. La lengua castellana posee más flexibilidad para estructurar una carta que en la lengua inglesa, así como no es tan concisa y directa, por lo tanto, los alumnos imitarían el modelo de la lengua materna (L1) al incluir más divisiones textuales. Asimismo, el uso cada vez mayor de los correos electrónicos, que no guardan un formato tan rígido como el de las cartas, influye cada vez más en la escritura comercial.

Por todo ello, consideramos que los manuales de inglés de los negocios deberían aportar mayor información sobre técnicas de redacción en general, cubriendo aspectos como los agentes cohesivos, la estructura de los párrafos, contenidos informativos de dichos párrafos, etc. Hemos observado también que los alumnos tienen interés por conocer las fórmulas de comunicación y de coherencia textual, puesto que son conscientes de la importancia de seguir un proceso estructural de la escritura que sea comprendido por la mayoría. En los manuales de inglés de los negocios para niveles de formación superior se presupone que se conocen los movimientos de los formalismos comerciales pero, como hemos comprobado en los resultados, no siempre es así. Asimismo, se consideran solamente las directrices anglosajonas para los escritos formales en inglés, pero dado que el inglés es en la actualidad una lengua franca, se deberían de flexibilizar los modelos incorporando aquellos aspectos que otras culturas utilizan en los formalismos y que, sin impedir la comunicación, incorporan riqueza en la expresión de la lengua inglesa.

Bibliografía

- Alcaráz Varó, E. 2000. *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza.
- Bhatia, V. K. 1993. *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. Londres: Longman.
- Dudley-Evans, A. y M. J. St. John. 1998. *Developments in English for Specific Purposes: A Multidisciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellis, R. 1994. *The Study of Second Language Acquisition*. Oxford: Oxford University Press.
- Ashley, A. 1992. *A Correspondence Workbook*. Oxford: Oxford University Press.
- Cotton, D., D. Falvey y S. Kent 2000. *Market Leader Intermediate Business English*. Longman: Pearson Education Limited.
- Jones, L. y R. Alexander. 1989. *New International Business English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lougheed, L. 2003. *Business Correspondence: A Guide to Everyday Writing*. New York: Longman.
- Naunton, J. 2000. *Head for Business*. Oxford: Oxford University Press.
- Tullis, G. y T. Trappe 2000. *New Insights into Business*. Essex: Pearson Education Limited.

M^a Luisa Carrió Pastor es profesora de lengua inglesa en el Departamento de Lingüística Aplicada de la Universidad Politécnica de Valencia. Investiga el análisis de la escritura del inglés para fines específicos, la lingüística contrastiva y el análisis de las pautas del discurso académico y profesional que permitan mejorar la enseñanza-aprendizaje de una segunda lengua. Entre sus publicaciones destacan “The use of phrasal verbs by native and non-native writers in technical articles” (Peter Lang, 2002); “Las implicaciones de los errores léxicos en los artículos en inglés científico-técnico” (RAEL, 2004); *Contrastive analysis of scientific-technical discourse: Common writing errors and variations in the use of English as a non-native language* (UMI: Proquest, 2004); “The use of connectors in scientific articles by native and non-native writers” (ESP World, 2006); “Ventajas del uso de la tecnología en el aprendizaje colaborativo” (*Revista Iberoamericana de Educación*, 2007); “La variación en el uso de las expresiones de certeza en los textos científicos” (BELLS, 2007-en prensa) e “Internet as a tool to learn a second language in a technical environment” (*European Journal of Engineering Education*, 2007-en prensa).

Rut Muñiz Calderón es profesora de lengua inglesa en el Departamento de Idiomas de la Universidad Católica de Valencia. En la actualidad se halla realizando su tesis doctoral en el programa de doctorado “Lenguas y Tecnología” de la Universidad Politécnica de Valencia sobre las variaciones culturales que afectan a los escritores que utilizan el inglés como una segunda lengua para comunicarse.

Received 15–11–2006 / Accepted 18–4–2007