



English



Spanish ▾

[Hogar](#) [Leer](#) [Iniciar sesión](#)

M LIBRARIES

¿Quieres crear o adaptar libros como este? [Obtenga más información](#) sobre cómo Pressbooks apoya las prácticas de publicación abierta.

## COMUNICACIÓN EN EL MUNDO REAL

CONTENIDO

# 3.4 Idioma, sociedad y cultura

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

## Objetivos de aprendizaje

1. Discuta algunas de las normas sociales que guían la interacción conversacional.
2. Identificar algunas de las formas en que el idioma varía según el contexto cultural.
3. Explicar el papel que juegan la acomodación y el cambio de código en la comunicación.
4. Discutir el sesgo cultural en relación con identidades culturales específicas.

La sociedad y la cultura influyen en las palabras que decimos, y las palabras que decimos influyen en la sociedad y la cultura. Tal relación cíclica puede ser difícil de entender, pero muchos de los ejemplos a lo largo de este capítulo y ejemplos de nuestras propias vidas ayudan a ilustrar este punto. Una de las mejores maneras de aprender sobre la sociedad, la cultura y el idioma es buscar oportunidades para ir más allá de nuestras típicas zonas de confort. Estudiar en el extranjero, por ejemplo, trae muchos desafíos que pueden convertirse en lecciones valiosas. El siguiente ejemplo de tal lección proviene de mi amigo que estudió en el extranjero en Viena, Austria.

Aunque el inglés solía emplear pronombres formales ( *tú* , *tú* ) e informales ( *tú* ), hoy en día *se* puede usar cuando se habla con un profesor, un padre o un conocido casual. Otros idiomas todavía tienen normas y reglas sociales sobre a quién

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

eran compañeros. Cuando el profesor invitó a cenar a algunos de los estudiantes estadounidenses de intercambio, no sabían que estaban a punto de participar en un ritual cultural que cambiaría la forma en que hablaban con su profesor a partir de esa noche. Su profesor les informó que iban a *duzen*, lo que significaba que ahora iban a poder referirse a ella con el pronombre informal, un honor y una señal de cercanía para los estudiantes estadounidenses. A medida que rodeaban la mesa, cada estudiante se presentaba a la profesora usando el pronombre formal, se abrazaba a ella y bebía (similar al ritual del brindis con champaña en algunas ceremonias de boda), y se volvía a presentar usando el pronombre informal. Durante el resto del semestre, los estudiantes estadounidenses se refirieron respetuosamente a la profesora con su título, que se traducía como “Sra. Doctor”, pero usaba pronombres informales, incluso en clase, mientras que los demás estudiantes no incluidos en la ceremonia debían seguir usando los formales. Dado que ya no usamos pronombres formales e informales en inglés, no existe un ritual equivalente al alemán *duzen* ., pero como veremos a continuación, hay muchos rituales en inglés que pueden resultar extraños para otra persona.

## Idioma y contexto social

Llegamos al significado a través de la interacción conversacional, que sigue muchas normas y reglas sociales. Como ya aprendimos, las reglas son convenciones establecidas explícitamente ("Mírame cuando te estoy hablando") y las normas son implícitas (decir que tienes que irte antes de hacerlo para iniciar cortésmente el final de una conversación). Para ayudar a que las conversaciones funcionen de manera significativa, hemos aprendido las normas sociales y las interiorizamos hasta tal punto que a menudo no las promulgamos consciente-

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

también ayuda a determinar cómo se desarrollará una conversación. Nuestros diversos roles sociales influyen en el significado y en la forma en que hablamos. Por ejemplo, una persona puede decir,

Una norma social que estructura nuestra comunicación es tomar turnos. Las personas necesitan sentir que están contribuyendo con algo a una interacción, por lo que tomar turnos es una parte central de cómo se desarrollan las conversaciones (Crystal, 2005). Aunque a veces hablamos al mismo tiempo que los demás o los interrumpimos, existen numerosas señales verbales y no verbales, casi como un baile, que se intercambian entre los hablantes que les permiten a las personas saber cuándo comenzará o terminará su turno. Las conversaciones no siempre progresan ordenadamente de principio a fin con un entendimiento compartido a lo largo del camino. Hay un ir y venir que a menudo se maneja verbalmente mediante la reformulación ("Déjame intentarlo de nuevo") y la aclaración ("¿Tiene sentido?") (Crystal, 2005)

También tenemos ciertas unidades de habla que facilitan tomar turnos. **Los pares de adyacencia** son estructuras de comunicación relacionadas que vienen una tras otra (adyacentes entre sí) en una interacción (Crystal, 2005). Por ejemplo, las preguntas van seguidas de respuestas, los saludos van seguidos de respuestas, los elogios van seguidos de un agradecimiento y los comentarios informativos van seguidos de un reconocimiento. Estos son los componentes esqueléticos que conforman nuestras interacciones verbales, y son en gran medida sociales en el sentido de que facilitan nuestras interacciones. Cuando estas secuencias no funcionan, pueden surgir confusión, falta de comunicación o frustración, como puede ver en las siguientes secuencias:



Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

**Wanda:**

“¿Alguien te dijo que estoy enferma?”

**Darrell:**

“Solo quería que supieras que la reunión se movió a las tres en punto”.

**Leigh:**

"Comí pastel para el desayuno esta mañana".

Algunos elementos de la conversación están muy escritos o ritualizados, especialmente el comienzo y el final de un intercambio y los cambios de tema (Crystal, 2005). Las conversaciones a menudo comienzan con un saludo estándar y luego continúan con intercambios "seguros" sobre cosas en el campo de experiencia inmediato de los comunicadores (un comentario sobre el clima o notar algo que sucede en la escena). En este punto, una vez que se rompe el hielo, las personas pueden pasar a otros intercambios más específicos de contenido. Una vez conversando, antes de que podamos iniciar un cambio de tema, es una norma social que dejemos que el tema actual que se está discutiendo se desarrolle o continúe hasta que la persona que presentó el tema parezca satisfecha. Luego, generalmente tratamos de encontrar un vínculo o transición relevante que reconozca el tema anterior, a su vez, reconociendo al orador, antes de continuar.



Las normas sociales influyen en cómo comienzan y terminan las conversaciones y cómo los oradores se turnan para mantener la conversación.

Felipe Cabrera – [conversación](#) – CC BY 2.0.

Terminar una conversación es igualmente complejo. Estoy seguro de que todos hemos estado en una situación en la que estamos "atrapados" en una conversación de la que necesitamos o queremos salir. Simplemente alejarse o terminar una conversación sin participar en "comportamientos de despedida" socialmente aceptables se consideraría una violación de las normas sociales. Los cambios de tema a menudo son lugares donde las personas pueden abandonar una conversación, pero aún es una rutina para nosotros dar una razón especial para abandonar, a menudo en un tono de disculpa (ya sea que lo digamos en serio o no). Sin embargo, por lo general, las conversaciones llegan a su fin gracias a la cooperación de ambas personas, ya que ofrecen y reconocen señales típicas de que un tema se ha cubierto satisfactoriamente o que una o ambas personas deben irse. Es cos-

Previous: [3.3 Usar bien las palabras](#)

Siguiente: [Capítulo 4: Comunicación no verbal](#)

da. Cuando falta tal cooperación, puede resultar en un silencio incómodo o un final abrupto y, como ya hemos aprendido, los estadounidenses no son grandes fanáticos del silencio. El silencio no se ve de la misma manera en otras culturas, lo que nos lleva a nuestra discusión sobre el contexto cultural.

## Idioma y contexto cultural

La cultura no está determinada únicamente por el idioma nativo o la nacionalidad de una persona. Es cierto que los idiomas varían según el país y la región y que el idioma que hablamos influye en nuestras realidades, pero incluso las personas que hablan el mismo idioma experimentan diferencias culturales debido a sus diversas identidades culturales y experiencias personales que se entrecruzan. Tenemos una tendencia a ver nuestro idioma como un todo más favorablemente que otros idiomas. Aunque las personas pueden hacer argumentos persuasivos sobre qué idiomas son más agradables al oído o difíciles o fáciles de aprender que otros, ningún idioma permite que los hablantes se comuniquen de manera más efectiva que otro (McCornack, 2007).

Desde el nacimiento somos socializados en nuestras diversas identidades culturales. Al igual que con el contexto social, este proceso de aculturación es una combinación de lecciones explícitas e implícitas. Es posible que a un niño en Colombia, que se considera un país más colectivista en el que la gente valora la pertenencia a un grupo y la cohesión por encima del individualismo, no se le diga explícitamente: "Eres miembro de una cultura colectivista, por lo que deberías preocuparte más por la familia y la comunidad que por la comunidad". tú mismo." Este valor cultural se transmitiría a través de las acciones cotidianas y

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

prácticas del lenguaje. A los nueve meses, es posible distinguir a los bebés en función de su lenguaje.

El idioma real que hablamos juega un papel importante en la configuración de nuestra realidad. Comparando idiomas, podemos ver diferencias en cómo podemos hablar sobre el mundo. En inglés, tenemos las palabras *abuelo* y *abuela*, pero ninguna palabra única que distinga entre un abuelo materno y un abuelo paterno. Pero en sueco hay una palabra específica para cada abuelo: *morfar* es el padre de la madre, *farfar* es el padre del padre, *farmor* es la madre del padre y *mormores* la madre de la madre (Crystal, 2005). En este ejemplo, podemos ver que las palabras disponibles para nosotros, según el idioma que hablamos, influyen en la forma en que hablamos sobre el mundo debido a las diferencias y limitaciones del vocabulario. La noción de que el lenguaje moldea nuestra visión de la realidad y nuestros patrones culturales está mejor representada por la hipótesis de Sapir-Whorf. Aunque algunos académicos argumentan que nuestra realidad está determinada por nuestro lenguaje, adoptaremos una visión más calificada y supondremos que el lenguaje juega un papel central al influir en nuestras realidades pero no las determina (Martin & Nakayama, 2010).

Las diferencias culturalmente influenciadas en el idioma y el significado pueden conducir a algunos encuentros interesantes, que van desde incómodos hasta informativos y desastrosos. En términos de incomodidad, es probable que haya escuchado historias de empresas que no demostraron competencia comunicativa en sus nombres y/o publicidad de productos en otro idioma. Por ejemplo, en Taiwán, Pepsi usó el lema "Vive con Pepsi" solo para luego descubrir que cuando se traducía significaba "Pepsi resucita a tus antepasados" (Kwintessential Limited, 2012). De manera similar, American Motors introdujo un nuevo automóvil llamado Matador en el mercado de Puerto Rico solo para enterarse de que *Mata-*

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

usamos para dar un refuerzo positivo son culturalmente relativas. En los Estados Unidos e Inglaterra, los padres comúnmente refuerzan positiva y negativamente el comportamiento de sus hijos diciendo: "Buena niña" o "Buen niño". No existe un equivalente para tal frase en otros idiomas europeos, por lo que el uso solo en estos dos países se remonta a la influencia puritana en las creencias sobre el buen y el mal comportamiento (Wierzbicka, 2004). En términos de consecuencias desastrosas, uno de los errores comerciales transculturales más publicitados y mortales ocurrió en la India en 1984. Union Carbide, una empresa estadounidense, controlaba una planta utilizada para fabricar pesticidas. La empresa subestimó la cantidad de capacitación intercultural que se necesitaría para permitir que los trabajadores locales, muchos de los cuales no estaban familiarizados con la tecnología o el idioma o la jerga utilizados en las instrucciones para las operaciones de la planta, hicieran su trabajo. Esta falta de comunicación competente provocó una fuga de gas que mató de inmediato a más de dos mil personas y con el tiempo provocó más de quinientas mil heridas (Varma, 2012).

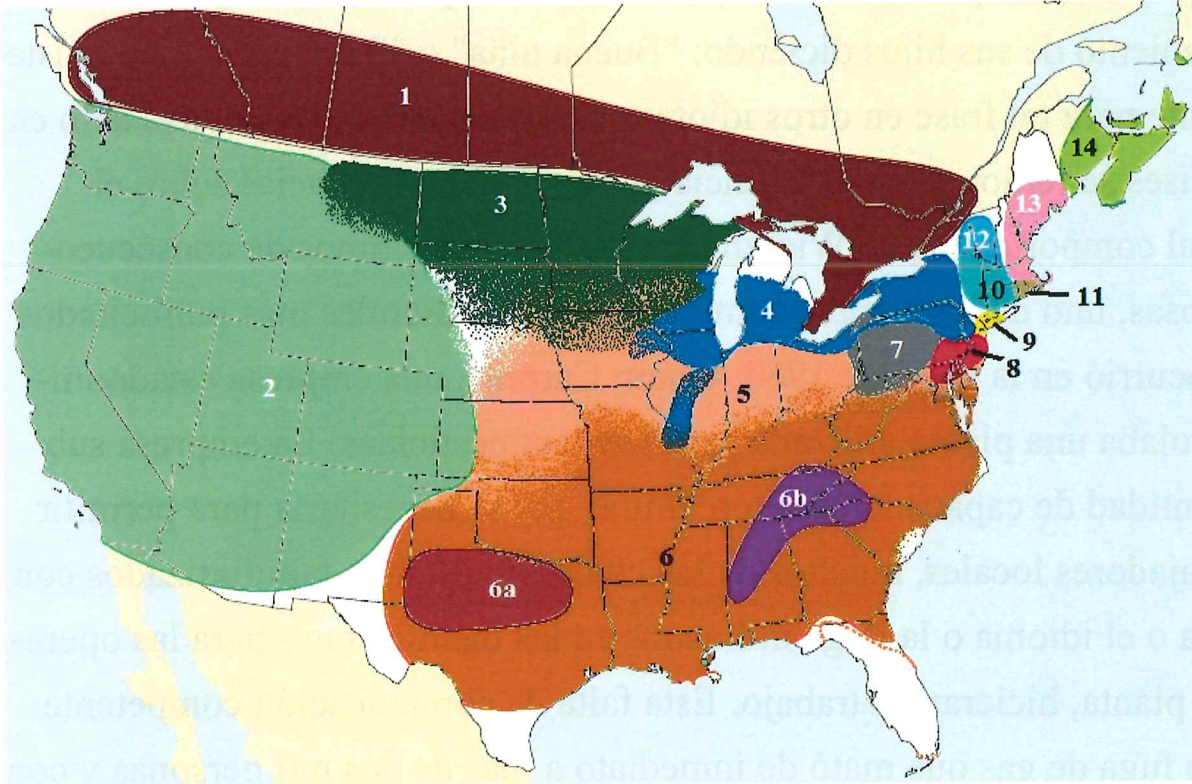
## Acentos y dialectos

El documental *American Tongues*, aunque fechado en este punto, sigue siendo una mirada fascinante al rico tapiz de acentos y dialectos que conforma el inglés estadounidense. **Los dialectos** son versiones de idiomas que tienen palabras, gramática y pronunciación distintas. **acentos** son distintos estilos de pronunciación (Lustig & Koester, 2006). Puede haber múltiples acentos dentro de un dialecto. Por ejemplo, la gente de las Montañas Apalaches del este de los Estados Unidos habla un dialecto del inglés americano que se caracteriza por los restos de los estilos lingüísticos de los europeos que se asentaron en la zona un par de

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

Kentucky aún podría tener un acento que se distinga de una persona en el oeste de Carolina del Norte.



El inglés americano tiene varios dialectos que varían según la región, la clase y la ascendencia.

[Wikimedia Commons](#) – CC BY-SA 4.0.

Los dialectos y los acentos pueden variar según la región, la clase o la ascendencia, e influyen en las impresiones que hacemos de los demás. Cuando me mudé a Colorado desde Carolina del Norte, me encontré con una mirada muy extraña cuando usé la palabra *buggy* para referirse a un carrito de compras. Las investigaciones muestran que las personas tienden a pensar de manera más positiva sobre los demás que hablan un dialecto similar al suyo y piensan de manera más negativa sobre las personas que hablan de manera diferente. Por supuesto, muchas personas piensan que hablan normalmente y perciben que los demás tienen un acento o dialecto. Aunque los dialectos incluyen el uso de diferentes palabras y frases, es el tono de voz el que a menudo crea la impresión más fuerte. Por

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

Inglaterra puede percibir que el acento de un sureño es almibarado y lento, lo que da la impresión de que la persona que habla no tiene educación.

## Costumbres y Normas

Las normas sociales son culturalmente relativas. Las palabras utilizadas en los rituales de cortesía en una cultura pueden significar algo completamente diferente en otra. Por ejemplo, *gracias* en inglés estadounidense reconoce recibir algo (un regalo, un favor, un cumplido), en inglés británico puede significar "sí" similar al inglés estadounidense *yes, please*, y en francés *merci* puede significar "no" como en "no, gracias" (Crystal, 2005). Además, lo que se considera un estilo de lenguaje poderoso varía de una cultura a otra. El lenguaje de confrontación, como las palabrotas, puede considerarse poderoso en las culturas occidentales, aunque viola algunos tabúes lingüísticos, pero en Japón se consideraría inmaduro y débil (Wetzel, 1988).

El género también afecta la forma en que usamos el lenguaje, pero no en la medida en que la mayoría de la gente piensa. Aunque existe la creencia generalizada de que es más probable que los hombres se comuniquen de manera clara y directa y que las mujeres se comuniquen más de manera emocional e indirecta, un metanálisis de los resultados de la investigación de más de doscientos estudios encontró solo pequeñas diferencias. En las revelaciones personales de hombres y mujeres (Dindia & Allen, 1992). Los niveles de revelación de hombres y mujeres son aún más similares cuando se involucran en la comunicación entre géneros, lo que significa que los hombres y las mujeres son más similares cuando hablan entre sí que cuando los hombres hablan con hombres o las muje-

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

en encuentros entre géneros. Los investigadores también disiparon la creencia de que los hombres interrumpen más que las mujeres y descubrieron que los hombres y las mujeres se interrumpen entre sí con una frecuencia similar en los encuentros de género cruzado (Dindia, 1987). Estos hallazgos, que afirman que los hombres y las mujeres se comunican de manera más similar durante los encuentros de género cruzado y luego se comunican de manera más estereotipada en los encuentros del mismo género, se pueden explicar con la teoría de la acomodación de la comunicación.

## Acomodación de comunicación y cambio de código

**La teoría de la acomodación de la comunicación** es una teoría que explora por qué y cómo las personas modifican su comunicación para adaptarse a contextos situacionales, sociales, culturales y relacionales (Giles, Taylor y Bourhis, 1973). Dentro de la acomodación de la comunicación, los compañeros de conversación pueden usar **la convergencia**, lo que significa que una persona hace que su comunicación se parezca más a la de otra persona. Las personas que se adaptan a su estilo de comunicación se consideran más competentes, lo que ilustra los beneficios de la flexibilidad comunicativa. Por supuesto, para ser flexibles, las personas tienen que ser conscientes y controlar sus propios patrones de comunicación y los de los demás. Por el contrario, los compañeros de conversación pueden utilizar **la divergencia**, lo que significa que una persona usa la comunicación para enfatizar las diferencias entre su compañero de conversación y ella misma.

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

ción. La convergencia funciona para hacer que los demás se sientan cómodos, aumentar la comprensión y mejorar los lazos sociales. La divergencia se puede usar para hacer que otra persona se sienta incómoda intencionalmente o quizás para resaltar una identidad personal, grupal o cultural. Por ejemplo, las mujeres afroamericanas usan ciertos patrones de comunicación verbal cuando se comunican con otras mujeres afroamericanas como una forma de resaltar su identidad racial y crear solidaridad grupal. En situaciones en las que interactúan varias razas, las mujeres generalmente no usan esos mismos patrones, sino que se adaptan a los patrones lingüísticos del grupo más grande. **el cambio de código** se refiere a los cambios de acento, dialecto o idioma (Martin y Nakayama, 2010). Hay muchas razones por las que las personas pueden cambiar de código. Con respecto a los acentos, algunas personas contratan entrenadores vocales o patólogos del habla y el lenguaje para ayudarlos a modificar su acento. Si una persona sureña piensa que su acento está llevando a otros a formarse impresiones desfavorables, puede cambiar conscientemente su acento con mucha práctica y esfuerzo. Una vez que se perfeccione su capacidad para hablar sin su acento sureño, es posible que puedan cambiar muy rápidamente entre su acento nativo cuando hablan con amigos y familiares y su acento modificado cuando hablan en entornos profesionales.



Las personas que trabajan o viven en entornos multilingües pueden cambiar de código varias veces al día.

Eltpics – [Galés](#) – CC BY-NC 2.0.

Además, las personas que trabajan o viven en entornos multilingües pueden cambiar de código muchas veces durante el día, o incluso dentro de una sola conversación. El aumento de la subcontratación y la globalización han producido mayores presiones para el cambio de código. Los trabajadores de los centros de llamadas en la India se han enfrentado a fuertes reacciones negativas de los clientes británicos y estadounidenses que insisten en “hablar con alguien que hable inglés”. Aunque muchos indios aprenden inglés en las escuelas como resultado de la colonización británica, sus acentos resultan desagradables para las personas que desean cambiar su paquete de cable o reservar un boleto de avión. Ahora, algunos trabajadores de los centros de llamadas indios están pasando por

Previous: [3.3 Usar bien las palabras](#)

Siguiente: [Capítulo 4: Comunicación no verbal](#)

plica “neutralización del acento, *DVD de Sex and the City* ), y el uso de nombres que suenan angloamericanos como Sean y Peggy (Pal, 2004). A medida que nuestras interacciones continúen ocurriendo en contextos más multinacionales, las expectativas de cambio de código y acomodación seguramente aumentarán. Es importante para nosotros considerar la intersección de la cultura y el poder y pensar críticamente sobre las formas en que las expectativas de cambio de código pueden basarse en sesgos culturales.

## Sesgo lingüístico y cultural

En el ejemplo anterior sobre el cambio de código y la acomodación de la comunicación en los centros de llamadas indios, el movimiento hacia la neutralización del acento es una respuesta al “abuso racista” que estos trabajadores reciben de los clientes (Nadeem, 2012). La ira en los países occidentales por la pérdida de empleos y la incertidumbre económica ha aumentado la cantidad de ataques verbales racialmente dirigidos a los empleados de los centros de llamadas internacionales. Recientemente se informó que más trabajadores de centros de llamadas están renunciando a sus trabajos como resultado del abuso verbal y que el 25 por ciento de los trabajadores que renunciaron recientemente dicen que dicho abuso fue una fuente importante de estrés (Gentleman, 2005). Tales ataques verbales no son nuevos; representan una forma común pero negativa en que el sesgo cultural se manifiesta explícitamente en nuestro uso del lenguaje.

**Sesgo culturales** una forma sesgada de ver o hablar sobre un grupo que suele ser negativa. El sesgo tiene una forma de colarse en nuestro uso diario del lenguaje, a menudo sin que nos demos cuenta. El lenguaje culturalmente sesgado puede

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

sión en estas cinco. Gran parte del lenguaje sesgado se basa en estereotipos y mitos que influyen en las palabras que usamos. El sesgo es tanto intencional como no intencional, pero como ya hemos discutido, tenemos que ser responsables de lo que decimos, incluso si no teníamos la "intención" de un significado particular; recuerde, el significado se genera; no existe dentro de nuestros pensamientos o palabras. Discutiremos formas específicas en las que el sesgo cultural se manifiesta en nuestro idioma y formas de ser más conscientes del sesgo. Tomar conciencia y abordar el sesgo cultural no es lo mismo que participar en la "corrección política". La corrección política lleva la conciencia al extremo, pero no hace mucho para abordar el sesgo cultural aparte de hacer que las personas sientan que están caminando sobre cáscaras de huevo. Ese tipo de presión puede llevar a las personas a evitar discusiones sobre identidades culturales o personas con diferentes identidades culturales. Nuestro objetivo no es eliminar todos los prejuicios culturales de la comunicación verbal o nunca ofender a nadie, intencionalmente o de otra manera. En su lugar, continuaremos utilizando las pautas para la comunicación ética que ya hemos discutido y nos esforzaremos por aumentar nuestra competencia. [Capítulo 8 “Cultura y Comunicación”](#), que trata sobre cultura y comunicación.

## Carrera

Las personas a veces usan eufemismos para la raza que ilustran el sesgo porque los términos generalmente se comparan implícitamente con el grupo dominante (Manual de publicación de la Asociación Estadounidense de Psicología, 2010). Por ejemplo, referirse a una persona como "urbana" o a un vecindario como "centro de la ciudad" puede ser una descripción precisa, pero cuando tales pala-

Previous: [3.3 Usar bien las palabras](#)

Siguiente: [Capítulo 4: Comunicación no verbal](#)

*cuate* o *bien vestido* en afirmaciones como "Mi compañero de trabajo negro es elocuente" refuerza los estereotipos negativos, aunque estas palabras generalmente se consideran positivas. Términos como *no blanco* estableció la blancura como la norma, lo que implica que los blancos son la norma contra la cual se deben comparar todas las demás razas. El lenguaje sesgado también reduce la diversidad dentro de ciertos grupos raciales, por ejemplo, referirse a cualquier persona que parece descendiente de asiáticos como chino o a todos los que "parecen" latinos como mexicanos. Algunas personas con identidades raciales distintas a la blanca, incluidas las personas multirraciales, usan la etiqueta *persona/personas de color* para indicar solidaridad entre grupos, pero es probable que aún prefieran una etiqueta más específica cuando se refieren a un individuo o a una persona específica. grupo racial.

## Género

El lenguaje tiene una tendencia a exagerar las diferencias percibidas y estereotipadas entre hombres y mujeres. El uso del término *sexo opuesto* supone que los hombres y las mujeres son opuestos, como los polos positivo y negativo de un imán, lo que obviamente no es cierto o los hombres y las mujeres no podrían tener interacciones o relaciones exitosas. Un término como *otro género* no presupone opuestos y reconoce que las identidades y la comunicación masculina y femenina están más influenciadas por el género, que son los significados y normas sociales y culturales asociados con hombres y mujeres, que el sexo, que es la fisiología y la composición genética. de un macho y una hembra. Una clave para evitar el sesgo de género en el lenguaje es evitar el uso genérico de *él*. cuando se refiere a algo relevante para hombres y mujeres. En cambio, puede usar infor-

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

serie de ejemplos, puede alternar el uso de pronombres masculinos y femeninos, cambiando con cada ejemplo. Tenemos asociaciones de género duraderas con ciertas ocupaciones que han tendido a ser dominadas por hombres o mujeres, que borran la presencia de ambos géneros. Otras palabras reflejan el sesgo masculino general presente en inglés. Los siguientes pares de palabras muestran el término con sesgo de género seguido de un término imparcial: camarera/mesero, presidente/presidente o moderador, humanidad/personas, camarógrafo/operador de cámara, cartero/trabajador postal, deportividad/juego limpio. Las prácticas del lenguaje común también tienden a infantilizar a las mujeres, pero no a los hombres, cuando, por ejemplo, se hace referencia a las mujeres como *pollitos*, *niñas* o *bebés* .. Dado que no existe un equivalente lingüístico que indique el estado civil de los hombres antes de su nombre, usar *Ms.* en lugar de *Miss* o *Mrs.* ayuda a reducir el sesgo.

## Edad

El lenguaje que incluye sesgo de edad puede estar dirigido a personas mayores o jóvenes. Las descripciones de personas más jóvenes a menudo presumen imprudencia o inexperiencia, mientras que las de personas mayores presumen fragilidad o desconexión. El término *anciano* generalmente se refiere a personas mayores de sesenta y cinco años, pero tiene connotaciones de debilidad, lo cual no es exacto porque hay muchas personas mayores de sesenta y cinco años que son más fuertes y más atléticas que las personas de veinte y treinta años. Aunque es genérico, *las personas mayores* en realidad no tienen implicaciones negativas. Palabras más específicas que describen grupos de personas mayores incluyen *abuelas/abuelos* (aunque también pueden ser bastante jóvenes), *jubilados* o *per-*

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

Americana de Psicología, 2010). Referirse a personas mayores de dieciocho años como *niños* o *niñas* normalmente no se considera apropiado.



El sesgo de edad puede aparecer en un lenguaje dirigido a personas más jóvenes o mayores.

Davide Mauro – [Viejos y jóvenes](#) – CC BY-NC-ND 2.0.

## Orientación Sexual

Las discusiones sobre orientación sexual y afectiva van desde conversaciones cotidianas hasta debates políticos y personales polémicos. Los estereotipos negativos que se han asociado con la homosexualidad, incluida la desviación, la enfermedad mental y el comportamiento delictivo, continúan influyendo en nuestro uso del lenguaje (Asociación Estadounidense de Psicología, 2012). La terminología relacionada con las personas homosexuales, lesbianas y bisexuales (GLB) puede ser confusa, así que dediquemos un tiempo a crear conciencia sobre las

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

alguien tiene preferencia por el queso cheddar o americano, lo que no refleja la experiencia de la mayoría de las personas GLB o los resultados de las investigaciones que muestran que la sexualidad es más compleja. También puede ver *la orientación afectiva* incluida con *la orientación sexual* porque reconoce que las relaciones GLB, como las relaciones heterosexuales, tienen que ver con la intimidad y la cercanía (afecto) que no solo tiene una base sexual. La mayoría de las personas también prefieren las etiquetas *gay*, *lesbiana* o *bisexual* a las *de homosexual.*, que es clínico y no se refiere tanto a una identidad como a un acto sexual. El lenguaje relacionado con las relaciones románticas contiene prejuicios cuando se asume la heterosexualidad. Tenga en cuenta que las personas no pueden casarse con alguien del mismo género en la mayoría de los estados de los Estados Unidos. Por ejemplo, si le pregunta a un hombre gay que ha estado comprometido durante diez años si está "casado o soltero", ¿cómo debe responder esa pregunta? Los comentarios que comparan a las personas GLB con personas "normales", aunque posiblemente tengan la intención de ser positivos, refuerzan el estereotipo de que las personas GLB son anormales. No asuma que puede identificar la orientación sexual de una persona mirándola o hablando con ella. No asuma que la gente GLB "saldrá del armario" ante usted. Dado que muchas personas GLB han enfrentado y continúan enfrentando discriminación regular, pueden ser cautelosos acerca de revelar sus identidades. Sin embargo, el uso de terminología de género neutral como *pareja* y evitar otro lenguaje sesgado mencionado anteriormente puede crear un clima en el que una persona GLB se sienta cómoda al revelar su identidad de orientación sexual. Por el contrario, el uso casual de frases como *that's gay* para significar "eso es estúpido" puede crear un ambiente en el que las personas GLB no se sientan cómodas. Aunque la gente no suele usar la frase para referirse realmente a la orientación sexual, campañas como "ThinkB4YouSpeak.com" intentan educar a la gente sobre el poder que

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

# Capacidad

Las personas con discapacidad constituyen un grupo diverso que cada vez se considera más como un grupo de identidad cultural/social. Las personas sin discapacidades a menudo se denominan personas sin *discapacidad*. Al igual que con la orientación sexual, comparar a las personas con discapacidad con las personas “normales” implica que existe una definición acordada de lo que es “normal” y que las personas con discapacidad son “anormales”. *Discapacidad* también se prefiere a la palabra *minusvalía*. El hecho de que alguien tenga una discapacidad no significa que él o ella también tenga una discapacidad. El entorno que los rodea, más que su discapacidad, a menudo perjudica a las personas con discapacidad (Manual de publicación de la Asociación Estadounidense de Psicología, 2010). Ignorar el entorno como la fuente de una discapacidad y atribuirlo a la persona encaja en un patrón de reducir a las personas con discapacidad a su discapacidad; por ejemplo, llamar a alguien parapléjico en lugar de una persona con paraplejía. En muchos casos, como ocurre con la orientación sexual, la raza, la edad y el género, marcar verbalmente a una persona como discapacitada no es relevante y no necesita atención. El lenguaje utilizado junto con las discapacidades también tiende a retratar a las personas como víctimas de su discapacidad y pintar imágenes de sus vidas como sombrías, terribles o dolorosas.

## “Ponerse crítico”

El discurso del odio

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

ción con el discurso de odio, tiene un significado mucho más complejo y serio. *Odiarse* refiere a creencias y sentimientos extremadamente negativos hacia un grupo o miembro de un grupo debido a su raza, género, religión, orientación sexual o capacidad (Waltman & Haas, 2011). Podemos comprender mejor la intensidad del odio si lo distinguimos de la ira, que es una emoción que experimentamos con mucha más frecuencia. Primero, la ira se dirige hacia un individuo, mientras que el odio se dirige hacia un grupo social o cultural. En segundo lugar, la ira no evita que una persona tenga simpatía por el objetivo de su ira, pero el odio borra la simpatía por el objetivo. En tercer lugar, la ira suele ser el resultado de un insulto o lesión personal, pero el odio puede existir y crecer incluso sin una interacción directa con el objetivo. En cuarto lugar, la ira no es una emoción en la que las personas suelen encontrar placer, mientras que el odio puede crear sentimientos de justicia propia y superioridad que conducen al placer. Por último, la ira es una emoción que suele disiparse con el paso del tiempo y acaba por desaparecer, mientras que el odio puede perdurar mucho más tiempo (Waltman & Haas, 2011). El discurso de odio es una manifestación verbal de este intenso estado emocional y mental.

El discurso de odio suele ser utilizado por personas que tienen una visión polarizada de su propio grupo (el grupo interno) y otro grupo (el grupo externo). El discurso de odio se utiliza entonces para intimidar a las personas del grupo externo y para motivar e influir en los miembros del grupo interno. El discurso de odio a menudo promueve la violencia basada en el odio y también se utiliza para solidificar la identificación dentro del grupo y atraer nuevos miembros (Waltman & Haas, 2011). Los perpetradores del discurso de odio a menudo se dedican a totalizar, lo que significa que definen a una persona o un grupo en función de una cualidad o característica.

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

realmente es musulmán o no, sería irrelevante. Agrupar a todas las personas con aspecto árabe o de Oriente Medio es una actividad deshumanizante típica del discurso de odio.

Los incidentes de incitación al odio y los delitos motivados por el odio han aumentado en los últimos quince años. Los delitos de odio, en particular, han recibido más atención debido a la aprobación de más leyes contra los delitos de odio y la mayor cantidad de seguimiento por parte de varios niveles de aplicación de la ley. Internet también ha facilitado que los grupos de odio se organicen y difundan sus mensajes de odio. Como estos cambios han tenido lugar durante los últimos quince años, ha habido mucha discusión sobre el discurso de odio y sus implicaciones legales y constitucionales. Si bien los delitos motivados por el odio que provocan daños a una persona o propiedad se procesan regularmente, a veces se argumenta que la incitación al odio que no provoca tales daños está protegida por la Primera Enmienda de la Constitución de los EE. UU., que garantiza la libertad de expresión. Recientemente, en 2011, la Corte Suprema encontró en el *Snyder v. Phelps* caso que el discurso y las acciones de los miembros de la Iglesia Bautista de Westboro, que regularmente protestan en los funerales de los soldados estadounidenses con carteles que dicen cosas como "Gracias a Dios por los soldados muertos" y "Fag Sin = 9/11", fueron protegidos y no criminal. El presidente del Tribunal Supremo Roberts escribió en la decisión: "No podemos reaccionar ante el dolor [de la familia Snyder] castigando al orador. Como nación, hemos elegido un curso diferente: proteger incluso el discurso hiriente sobre temas públicos para garantizar que no reprimamos el debate público" (Exploring Constitutional Conflicts, 2012).

1. ¿Cree que la Primera Enmienda de la Constitución, que garantiza la

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

2. Visite el “Mapa de odio” del Southern Poverty Law Center (Southern Poverty Law Center, 2012) (<http://www.splcenter.org/get-informed/hate-map>) para ver qué grupos de odio han identificado en su estado. ¿Le sorprende la cantidad/naturaleza de los grupos enumerados en su estado? Describa brevemente un grupo que no conocía e identifique el objetivo de su odio y las razones que da para su discurso de odio.

## Conclusiones clave

- Integrarse: el contexto social influye en la forma en que usamos el lenguaje, y hemos sido socializados para seguir reglas sociales implícitas como las que guían el flujo de las conversaciones, incluida la forma en que comenzamos y terminamos nuestras interacciones y cómo cambiamos de tema. La forma en que usamos el lenguaje cambia a medida que cambiamos entre contextos académicos, profesionales, personales y cívicos.
- El idioma que hablamos influye en nuestras identidades culturales y nuestras realidades sociales. Interiorizamos normas y reglas que nos ayudan a funcionar en nuestra propia cultura, pero que pueden dar lugar a malentendidos cuando se utilizan en otros contextos culturales.
- Podemos adaptarnos a diferentes contextos culturales cambiando deliberadamente nuestra comunicación. La teoría de la acomodación de

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

- Debemos darnos cuenta de cómo nuestra comunicación verbal revela sesgos hacia varias identidades culturales basadas en la raza, el género, la edad, la orientación sexual y la capacidad.

## Ejercicios

1. Recuerde una conversación que se volvió incómoda cuando usted o la otra persona se desviaron de las normas sociales que manejan el flujo de la conversación. ¿Fue la incomodidad al principio, al final o durante un cambio de tema? Después de revisar algunas de las normas comunes discutidas en el capítulo, ¿cuál cree que fue la fuente de la incomodidad?
2. Describa un acento o un dialecto que encuentre agradable/interesante. Describa un acento/dialecto que no le parezca agradable/interesante. ¿Por qué crees que evalúas uno positivamente y el otro negativamente?
3. Repase cómo el sesgo cultural se relaciona con las cinco identidades culturales discutidas anteriormente. Identifique algo que aprendió sobre el sesgo relacionado con una de estas identidades que no sabía antes. ¿Qué puede hacer ahora para ser más consciente de cómo la comunicación verbal puede reforzar los sesgos culturales?

## Referencias

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

Asociación Estadounidense de Psicología, “Material complementario: escribir de forma clara y concisa”, consultado el 7 de junio de 2012,

<http://www.apastyle.org/manual/supplement/redirects/pubman-ch03.13.aspx> .

Crystal, D., *Cómo funciona el lenguaje: cómo los bebés balbucean, las palabras cambian de significado y los lenguajes viven o mueren* (Woodstock, NY: Overlook Press, 2005), 155.

Dindia, K., "El efecto del sexo del sujeto y el sexo de la pareja en las interrupciones", *Human Communication Research* 13, no. 3 (1987): 345–71.

Dindia, K. y Mike Allen, "Diferencias sexuales en la autorrevelación: un metaanálisis", *Psychological Bulletin* 112, no. 1 (1992): 106–24.

*Exploring Constitutional Conflicts* , “Regulation of Fighting Words and Hate Speech”, consultado el 7 de junio de 2012,

<http://law2.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/conlaw/hatespeech.htm> .

Gentleman, A., “Indiana Call Staff Quit over Abuse on the Line”, *The Guardian* , 28 de mayo de 2005, consultado el 7 de junio de 2012,

<http://www.guardian.co.uk/world/2005/may/29/india.ameliacaballero> .

Giles, H., Donald M. Taylor y Richard Bourhis, "Hacia una teoría de la acomodación interpersonal a través del lenguaje: algunos datos canadienses", *Language and Society* 2, no. 2 (1973): 177–92.

*Kwintessential Limited* , “Results of Poor Cross Cultural Awareness”, visitado el 7 de junio de 2012, [http://www.kwintessential.co.uk/cultural-](http://www.kwintessential.co.uk/cultural-services/articles/Results%20of%20Poor%20Cross%20Cultural%20Awareness.html)

[services/articles/Results of Poor Cross Cultural Awareness.html](http://www.kwintessential.co.uk/cultural-services/articles/Results of Poor Cross Cultural Awareness.html) .

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

Martin, JN y Thomas K. Nakayama, *Comunicación intercultural en contextos*, 5ª ed. (Boston, MA: McGraw-Hill, 2010), 222–24.

McCornack, S., *Reflect and Relate: Introducción a la comunicación interpersonal* (Boston, MA: Bedford/St Martin's, 2007), 224–25.

Nadeem, S., “Accent Neutralization and a Crisis of Identity in India's Call Centers”, *The Guardian*, 9 de febrero de 2011, consultado el 7 de junio de 2012, <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/feb/09/india-call-centers-accent-neutralization>.

Pal, A., “Indian by Day, American by Night”, *The Progressive*, agosto de 2004, consultado el 7 de junio de 2012, [http://www.progressive.org/mag\\_pal0804](http://www.progressive.org/mag_pal0804).

Manual de publicación de la Asociación Americana de Psicología, 6ª ed. (Washington, DC: Asociación Americana de Psicología, 2010), 71–76.

*Southern Poverty Law Center*, “Hate Map”, consultado el 7 de junio de 2012, <http://www.splcenter.org/get-informed/hate-map>.

Varma, S., “¿Arbitrario? 92% of All Injuries Termed Minor”, *The Times of India*, 20 de junio de 2010, consultado el 7 de junio de 2012, [http://articles.timesofindia.indiatimes.com/2010-06-20/india/28309628\\_1\\_injuries-gases-cases](http://articles.timesofindia.indiatimes.com/2010-06-20/india/28309628_1_injuries-gases-cases).

Waltman, M. y John Haas, *The Communication of Hate* (Nueva York, NY: Peter Lang Publishing, 2011), 33.

Wetzel, PJ, “¿Son las estrategias de comunicación 'impotentes' la norma japonesa?” *El lenguaje en la sociedad* 17, núm. 4 (1988): 555–64.

Previous: 3.3 Usar bien las palabras

Siguiente: Capítulo 4: Comunicación no verbal

## LICENCIA



Communication in the Real World de la Universidad de Minnesota tiene una licencia internacional Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 , excepto donde se indique lo contrario.

