

LA IDENTIDAD PROPIA EN LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL DENTRO DEL AULA DE LENGUA EXTRANJERA

Ángela M^a Larrea Espinar

Universidad de Córdoba (España)

Fecha de aceptación: 30 de octubre de 2009

RESUMEN

En la sociedad actual, la comunicación intercultural es una realidad frecuente. Como educadores, debemos capacitar al alumnado en este tipo de competencias. Si la transmisión de conocimiento se suele realizar desde el punto de vista del estudio de otras realidades culturales, en estas páginas proponemos partir de la reflexión sobre la cultura propia y de la exploración de la identidad personal. Por último, presentamos una serie de actividades que se pueden llevar a cabo en el aula que tienen como objetivo examinar la identidad propia.

Palabras clave: comunicación intercultural, cultura, identidad cultural, identidad personal, formación intercultural.

ABSTRACT

The global environment requires students to develop intercultural communicative competence. When dealing with intercultural issues, theoretical approaches tend to focus on cultural differences. Nevertheless, to understand other cultures we need a stronger understanding of ourselves. To such an aim, we explore the notion of culture and consider the concept of cultural identity. Finally, we turn to classroom practice introducing some teaching materials.

Key words: intercultural communication, culture, cultural identity, individual cultural identity, intercultural training.

INTRODUCCIÓN

En el mundo en que vivimos hoy, las situaciones interculturales son más que frecuentes en el ámbito profesional y académico. Nuestro alumnado se va a encontrar con maneras distintas de ver y actuar, y es nuestra responsabilidad proporcionarles los fundamentos teóricos y prácticos necesarios para evitar percibir estas otras alternativas como algo raro e inadecuado. Puesto que este tipo de comunicación en sí es un fenómeno culturalmente complejo, existe cierta inclinación, en parte promovida por las investigaciones teóricas, a tratar el proceso desde el estudio de otras realidades culturales. No obstante, este punto de vista se ve apremiado por un movimiento que respalda el entendimiento de la cultura propia.

Siendo el hecho cultural algo que se da por sentado, el planteamiento de los pilares de nuestra cultura es una reflexión que no suele surgir de manera espontánea. Por esta razón, entendemos que es parte de la labor docente promover este ejercicio de introspección en el aula. Teniendo en mente este objetivo, iniciaremos el camino deteniéndonos en los conceptos claves de cultura y comunicación intercultural. Seguidamente, evaluaremos la interpretación de la noción de cultura nacional para, posteriormente, analizar la identidad personal y, especialmente, el aspecto cultural.

En último lugar, nos detendremos en consideraciones más prácticas, proponiendo una serie de ejercicios encaminados al proceso de reflexión sobre la propia identidad cultural en el aula.

1. EL CONCEPTO DE CULTURA

Existen muchas y variadas definiciones del concepto de cultura. Así, por ejemplo, la Real Academia Española define este término en su tercera acepción como el «conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.»

Los estructuralistas americanos de la primera mitad del siglo pasado afirmaron que la cultura es inseparable de la lengua (Hipótesis de Sapir y Whorf, 1958) y sus investigaciones fueron decisivas para los estudios sobre la comunicación intercultural.

Asimismo, el antropólogo Edward Hall adelantó que la cultura tiene una influencia decisiva en nuestra vida. Según este autor, la importancia radica en que la cultura es una fuerza todopoderosa que ejerce un gran control sobre nosotros, pero que es invisible. El problema radica, pues, en que: «culture hides much

more than it reveals, and... it hides most effectively from its own participants» (1959: 53).

Esta idea queda, en parte, recogida en Weaver (1986) cuando propone la visión de la cultura como un iceberg. Los comportamientos externos son una pequeña pieza de la realidad completa que supone el hecho cultural, pero son los únicos visibles. La parte “sumergida” está compuesta por las creencias y los valores, y es más difícil que cambie con el paso del tiempo.

Varner y Beamer (2005: 5) proponen que la cultura es «the coherent, learned, shared view of a group of people about life’s concerns that ranks what is important, furnishes attitudes about what things are appropriate, and dictates behavior».

La siguiente definición recoge las ideas de Laszlo (1972) y llama la atención sobre la relación tan estrecha que existe entre cultura y comunicación:

A culture is a value-guided, continuous process of developing patterned human behaviour within and across cultures and civilizations. Cultures do not satisfy needs; rather they demand values. In turn, values in their broadest sense define the member of any culture’s need for rationality, meaningfulness in emotional experience, richness of imagination and depth of faith. Human communication, therefore, is a vehicle for cultural dissemination on the one hand, while on the other hand is itself culture-driven (Targowski & Metwalli, 2003: 51).

Por último, Ruiz de Lobera (2004: 26) revela que el concepto de cultura tal y como lo entendemos hoy “se remonta al siglo XVIII y muy en conexión con el siglo XVI, cuando se produce la expansión de Europa allende los mares”. Es decir, fue el contacto con grupos humanos diferentes, los colonizados, lo que obligó a definir la cultura propia.

2. LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

El término «comunicación intercultural» se define como la comunicación entre personas de bagajes culturales diferentes (Hall, 1959). Este investigador discrimina entre culturas según el estilo de comunicación predominante. En culturas de alto contexto, la información se localiza en el entorno físico o está interiorizada en el individuo, de tal manera que muy poco contenido se desarrolla de manera explícita en el mensaje; por otra parte, en las culturas de bajo contexto la información se transmite de manera explícita en el mensaje, por lo que los aspectos no verbales no son tan relevantes.

El trabajo de Hofstede (1980) también se enmarca en la tipología cultural. Propuso el estudio de cinco dimensiones, establecidas en valores no absolutos, mediante las cuales nos ofrece una aproximación a la comprensión de la variabilidad cultural. Sus investigaciones multiplicaron el número de tratados sobre culturas nacionales.

El modelo de Beamer (1995) continúa en la línea de análisis de otros grupos culturales. Presupone la existencia de esquemas mentales que permiten descifrar la información que recibimos. La traba estriba en que los esquemas que tenemos de otras culturas no coinciden exactamente con la realidad de esa cultura. Por tanto, sólo a través del proceso comunicativo podemos modificar y reajustar los esquemas mentales previos.

Byram (1997) argumenta que el éxito de la comunicación en otro idioma depende de la capacidad del propio estudiante para “aislarse” de su propia cultura y entender cómo se percibirá el mensaje en otro contexto cultural diferente al suyo.

En este sentido, Vilà (2004) explica que la comunicación intercultural se da entre dos o más personas con referentes culturales diferentes que superan alguna barrera contextual o personal para llegar a una comprensión mutua suficiente.

Así, entendemos que el aula de lenguas extranjeras es el lugar idóneo para poner en marcha el proceso de capacitación del alumnado a través del desarrollo de competencias que le permitirán abordar la comunicación intercultural con éxito. La competencia intercultural pasa por explorar conscientemente nuestros propios pensamientos y acciones con el objetivo de elaborar eficazmente una estrategia apropiada (Berthoin Antal y Friedman, 2008: 365), a diferencia de la competencia cultural, que genera estrategias adecuadas de acción de manera involuntaria.

En la enseñanza de idiomas es, pues, esencial el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural, que se define como la habilidad para negociar significados culturales y ejecutar conductas comunicativas eficaces (Rodrigo, 1999). El desarrollo de estas capacidades implica reconocer que existen una serie de elementos culturales que influyen en el comportamiento humano.

2.1. Modelo de comunicación intercultural

Cuando se establece la comunicación en una atmósfera intercultural se filtran toda una serie de valores en el proceso; es decir, el mensaje que transmitimos (y la finalidad del mismo) debe atravesar toda una serie de envolturas culturales. Targowski y Metwalli (2003) señalan la existencia de 7 capas culturales distintas: biológica, individual, de grupo, corporativa, regional, nacional y global.

Los estudios teóricos han puesto énfasis en el análisis de otras realidades culturales, no obstante, en consonancia con la línea de pensamiento indicada al principio de este artículo, opinamos que, para poder ver el mensaje desde otro contexto cultural, es fundamental que el alumno/a sepa distinguir los trazos de su propia cultura, puesto que la comunicación intercultural es parte de un proceso que implica: «Becoming aware of and unlearning engrained cognitive processes and behavioral responses that serve us well in certain contexts but impede fruitful interaction in intercultural situations». (Berthoin Antal and Friedman, 2008: 366).

Por consiguiente, aunque tradicionalmente se ha primado el conocimiento de otras culturas sobre la propia, nuestro punto de vista pasa por esta alternativa donde se hace hincapié en la cultura e identidad personal antes de abordar el aprendizaje de otros modos de vida. Creemos que éste es el camino lógico que no abandona, sino que viene a complementar la perspectiva clásica de análisis de otras identidades culturales.

Por motivos de espacio y de coherencia discursiva no vamos a entrar en el análisis de todos los revestimientos culturales mencionados. En estas páginas, vamos a dedicarle especial consideración al concepto de cultura nacional, ya que origina algunos equívocos, y a la identidad cultural personal, puesto que implica una autorreflexión que se nos presenta tan profunda como evasiva.

2.2. La cultura nacional

Como señalamos anteriormente, el trabajo de Hofstede (1980) hizo proliferar los estudios sobre cultura nacional al emplear la nacionalidad como unidad de análisis: «National culture encompasses the values, beliefs, and assumptions that define a distinct way of life of a group of people and is based on the fundamental concepts imparted in early individual development». (Griffith y Harvey, 2001: 89).

Jameson (2007:203) argumenta que, por muy generales que sean las definiciones de cultura empleadas por los académicos, al final suelen acabar trabajando con conceptos concretos. Así, Trompenaars reconoce otros tipos de culturas, como la corporativa y la profesional, pero centra su trabajo en «the first level, the differences in culture at a national level» (1994: 9).

Parecemos advertir que, principalmente por razones prácticas, un gran número de estudios sobre comunicación intercultural la asocian cultura con la nacionalidad. Es indiscutible que el planteamiento de nuestra identidad cultural conlleva el análisis de la cultura nacional propia, puesto que ese aspecto es parte de nosotros también. No obstante, por muy útil que pueda resultar el tratamiento de la cultura nacional como un todo indisoluble, son numerosos los riesgos que

implica equiparar al individuo con una noción estandarizada de cultura nacional: «This knowledge can be useful, but it can also be misleading in specific intercultural interactions because individuals are culturally complex beings, not standardized products of a national culture». (Berthoin Antal and Friedman, 2008: 364).

En este sentido, Jameson glosa a Yuan (1997) cuando defiende que las teorías de comunicación intercultural deben centrarse más en la comunicación individual que en la cultural:

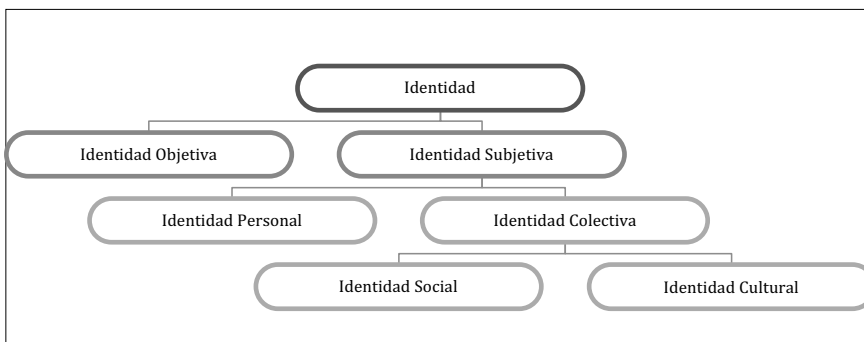
Knowledge about a culture, though valuable, does not ensure that one can communicate successfully with persons from that culture. Traditional process models (...) treat cultures as homogeneous, whereas in fact they are heterogeneous. (2007: 202)

Puesto que la cultura es un hecho heterogéneo, almacenar conocimientos acerca de otras culturas es conveniente pero, en ningún caso, asegura el éxito del proceso comunicativo.

A este respecto, nuestra postura defiende que el componente nacional sea analizado como un elemento más de la identidad cultural individual, siendo ésta un concepto más amplio y que va más allá de la cultura nacional.

2.3. La identidad personal

La identidad cultural del individuo dimana de la pertenencia explícita o implícita a uno o varios grupos con la consecuente transmisión de conocimiento, ideas, creencias, valores, tradiciones y modos de vida. Así, la identidad cultural es una pieza del concepto más amplio de identidad personal:



Adaptado de Jameson (2007: 208)

La identidad objetiva representa oficialmente la identidad de una persona: partida de nacimiento, D.N.I, pasaporte, la declaración de la renta, etc. Por otra parte, la identidad subjetiva es la percepción personal de nuestra identidad humana, de quiénes somos. Esta identidad subjetiva se ramifica en dos componentes: de un lado, la identidad personal, que engloba la apreciación del yo que brota de la personalidad, el carácter, el espíritu y el estilo; de otro, la identidad colectiva, que describe la percepción del yo como individuo perteneciente a un grupo de manera explícita o implícita. Finalmente, la identidad colectiva tiene dos vertientes: la social y la cultural. La primera se fija en un punto temporal concreto, mientras que la identidad cultural abarca la perspectiva histórica, centrándose en la transmisión de valores y conocimientos de generación en generación.

La identidad cultural es un estado personal que depende de la auto-percepción y es muy relevante para la comunicación intercultural, puesto que juega un papel decisivo en las relaciones personales.

2.4. Elementos de la identidad cultural personal

La interpretación de identidad cultural que hemos ofrecido deja entrever la complejidad del concepto. En consecuencia, la identidad cultural de una persona entraña varios aspectos. En el campo teórico se suelen mencionar seis apartados:

- Profesión.
- Clase.
- Geografía.
- Filosofía
- Lenguaje.
- Rasgos biológicos que sustentan aspectos culturales.

Teniendo en mente este desglose, numerosos trabajos teóricos ofrecen un dibujo fragmentado de la identidad cultural del individuo, compuesta así por capas de identidades aisladas. Collier y Thomas (1988) aluden, justamente, a identidades múltiples y dinámicas y, en función del contexto, se determina la preponderancia de una u otra. Hetch et. al. (1993) también proponen identidades múltiples, aunque aquí se apunta a una lucha interna por lograr imponerse.

Sin embargo, en la actualidad existe una tendencia a replantear el concepto de identidad cultural como una unidad integrada; y, parece lógico, teniendo en cuenta que, a nuestro juicio, somos un todo, una única persona. Es más, este

aspecto unificado es el que da cabida a ciertas peculiaridades relacionadas con esta idea: la identidad cultural del individuo puede verse afectada, puede modificarse e incluso negociarse.

3. APLICACIÓN EN EL AULA

Como indicamos al comienzo de este ejercicio de reflexión sobre la comunicación intercultural, nuestra finalidad pasa por aplicar los principios teóricos que hemos debatido a la realidad del aula. Por tanto, en este apartado vamos a proponer diferentes actividades que podemos llevar a cabo con los estudiantes para examinar su identidad cultural, que va a ser decisiva en el proceso de comunicación intercultural.

Puesto que el hilo discursivo de nuestro artículo insiste en la idea de conocer la cultura propia y conocerse a sí mismo como ejercicio previo a acometer el conocimiento de otras culturas, no vamos a incluir actividades que persigan el aprendizaje de otros modos culturales. No obstante, reiteramos que nos adherimos a la línea de pensamiento que sugiere: *“including more focus on understanding one’s own cultural background does not reduce the need to understand others’ cultural backgrounds”*. (Jameson, 2007: 202). Es decir, como hemos indicado anteriormente, el conocimiento acerca de otras culturas no nos parece irrelevante; muy al contrario, pensamos que esta instrucción es necesaria, siendo el complemento perfecto al tipo de reflexión personal que proponemos desde estas páginas.

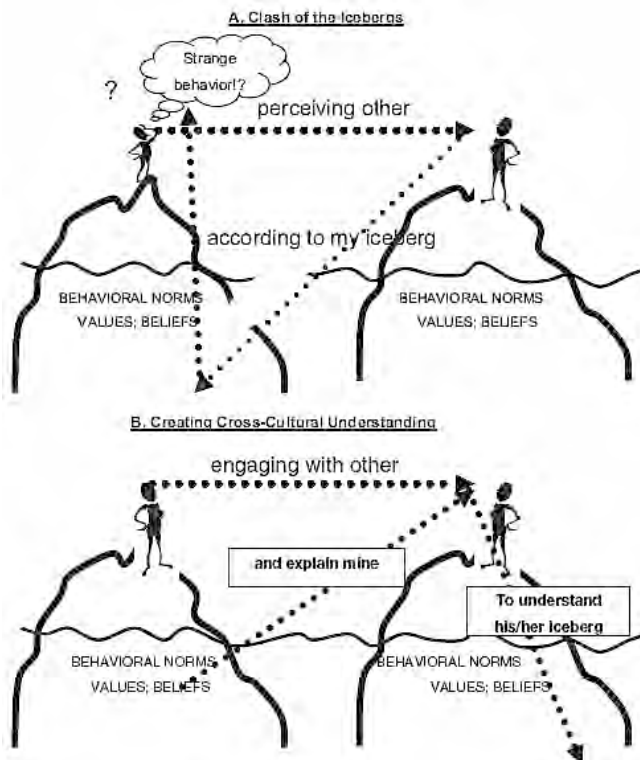
Por otra parte, los ejercicios planteados no son difíciles pero, como se trata de temas personales y algo abstractos, en cierta medida implican un compromiso por parte del alumnado, puesto que el proceso de meditación debe ser sincero y profundo, e igualmente, por parte del docente, que debe estar dispuesto a aclarar conceptos y ejercer de guía en el curso de la reflexión.

ACTIVIDAD 1

Objetivo: presentar el proceso de comunicación intercultural, visualizar los errores en el proceso y debatir sobre los elementos culturales que son visiblemente apreciables.

Descripción: proyectamos (o fotocopiamos) los dos icebergs. Como la figura es muy visual y se explica por sí misma, podemos pedir a un estudiante que explique por qué a veces falla el proceso de comunicación intercultural. Finalmente, pedimos que los estudiantes trabajen en parejas para determinar qué elementos culturales están localizados en la punta del iceberg (son fácilmente visibles) y qué otros se encuentran más escondidos. Cuando terminen el trabajo en parejas, les pediremos que formen grupos de cuatro para debatir, incorporar o sustituir ideas. Finalmente, cada grupo presenta sus ideas y se debaten las aportaciones de los grupos en el aula.

Material:



Berthoin Antal y Friedman, 2008: 372

ACTIVIDAD 2

Objetivo: debatir los factores que conforman el concepto de cultura nacional.

Descripción: empleamos una tabla con aspectos que pueden influir en la cultura nacional. Pedimos al alumnado que analice los distintos elementos y que añada o elimine lo que crea conveniente para definir su cultura nacional.

Por último, pueden debatir los resultados en parejas o grupos. En clases multiculturales, se puede contrastar la “versión” de cultura de los distintos países analizados.

Material:

STRUCTURAL	SOCIAL	PHYSICAL
Geography	Balance between family and work	Contact
Communications	Class distinctions	Gestures
Climate	Dress	Distance
Population density and spread	Punctuality	Speech: volume, speed
Centralisation of power	Emotional displays	Handshakes and greetings
Role of religion	Ideas of physical beauty	Body language
Political system	Taboos	
Role of authority	Humour	
	Respect of age	
	Gender	
	Politeness to outsiders	

Adaptado de Utley, 2004: 49

ACTIVIDAD 3

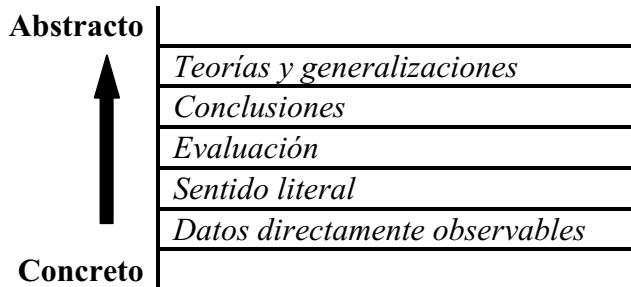
Objetivo: tomar conciencia del proceso de interpretación que va asociado a cada situación y de la premura del mismo. Debatir los posibles errores derivados de la inferencia. Introducir el concepto de la escala de inferencia.

Descripción: los estudiantes van a leer varios textos en internet y deben determinar, de acuerdo con los datos de la historia, si las afirmaciones que se les presentan son verdaderas, falsas, o indeterminadas. A continuación, autoevalúan sus respuestas y analizan los errores.

Este ejercicio nos servirá para debatir la rapidez con la que extraemos conclusiones e interpretamos hechos, y los errores que este acelerado entendimiento conlleva. Asimismo, introducimos la idea de la carga de análisis personal que este proceso supone.

Tras este debate, la segunda parte de la actividad consiste en exponer la escala de inferencia (Argyris et. al., 1985; Senge et. al., 1994). Con este esquema, mostramos el razonamiento mental como un proceso deductivo en el que, subiendo una serie de peldaños, escalamos posiciones que nos llevan de información concreta y perceptible a operaciones abstractas (teorías, conclusiones, evaluaciones, etc.). Igualmente, sería interesante incidir en el hecho de que, normalmente, subir posiciones en esta escalera es más fácil que descender; es decir, emitir juicios de valor es relativamente fácil; sin embargo, corregir las opiniones formadas cuesta mucho más.

Por último, para procesar toda esta información, los estudiantes pueden escribir sobre una situación pasada en la que hayan anticipado conclusiones o establecido juicios de valor de manera errónea y compartirla con el/la compañero/a.



Berthoin Antal and Friedman, 2008: 373

Material:

Los siguientes enlaces en Internet ofrecen diferentes tests de inferencia y reflexiones sobre el proceso.

- <http://www.dh.id.au/InfTest1.htm>
- <http://www.classroomtools.com/infer.htm> (esta página es muy completa y ofrece una sesión planificada para el/la docente)
- <http://esgs.free.fr/uk/inft.htm>
- http://www.nvc.cc.ca.us/faculty/bremer-r/Course_Information/English%20125/Report-Inference-Judgment/Uncritical_Inference_Tests_English_125.html
- <http://www.thefreelibrary.com/Uncritical+inference+test.-a0177025255>

ACTIVIDAD 4

Objetivo: considerar y reflexionar sobre los diferentes aspectos que configuran la identidad cultural individual. Analizar las características distintivas que pueden incidir en la identidad cultural personal.

Descripción: los estudiantes reciben dos fichas. En la primera, aparecen los distintos componentes de la identidad cultural individual. Deben completar la ficha para definir su identidad cultural en virtud de cada elemento, completando así su perfil cultural individual tal y como se configura en ese preciso momento de su vida.

Posteriormente, los alumnos/as estudian un listado de las características que pueden influir en su identidad y meditan si su perfil cultural individual se ha visto afectado por alguno de estos componentes, cuál/es rasgos se han visto más influidos, y cuándo tienen constancia de que esto haya ocurrido.

Dependiendo de la profundidad de reflexión, este esquema configurará, en mayor o menor grado, su identidad cultural individual (en ese momento). Como extensión, pueden redactar o compartir su instantánea cultural oralmente con su compañero/a.

Material:

FICHA NÚMERO UNO	FICHA NÚMERO DOS
COMPONENTS OF CULTURAL IDENTITY	ATTRIBUTES OF CULTURAL IDENTITY
<p>Vocation Occupational field Profession...</p> <p>Class Economic class Social class...</p> <p>Geography Nationality Region, state, province, or city identification...</p> <p>Philosophy Religious identity Political identity...</p> <p>Language First language Dialect...</p> <p>Biological traits with cultural aspects Race Ethnicity Gender...</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cultural identity is affected by close relationships. 2. Cultural identity changes with time. 3. Cultural identity is closely intertwined with power and privilege. 4. Cultural identity may evoke emotions. 5. Cultural identity can be negotiated through communication

Adaptado de Jameson (2007: 211-219)

4. CONCLUSIONES

La actualidad diaria nos recuerda que vivimos en un mundo global que requiere del dominio de la competencia intercultural entendida como parte de un proceso de negociación de la realidad en el que tomamos conciencia de que nuestra interpretación del mundo está culturalmente determinada. (Friedman & Berthoin Antal, 2005).

Como docentes, nuestra labor es preparar a los estudiantes para un verdadero y eficaz proceso de comunicación intercultural. Desde el punto de vista teórico, hemos establecido la complejidad de este proceso y hemos abordado la idea de que, aunque el conocimiento de otras culturas es importante, en muchas ocasiones olvidamos el poder de influencia de la cultura propia, que carece, en muchos casos, de un ejercicio de reflexión comparable al esfuerzo que hacemos por entender otras realidades culturales. Más allá de las generalidades aportadas por el concepto de cultura nacional, abogamos por un acercamiento a la identidad personal y, más concretamente, al aspecto cultural como un todo que entraña varios aspectos susceptibles, a su vez, de ser modificados. Con estos elementos, configuraremos la instantánea, el perfil cultural individual de una persona en un determinado momento, que juzgamos imprescindible para una exitosa comunicación intercultural.

Finalmente, nuestro compromiso como docentes nos ha llevado más allá de la mera visión teórica para adentrarnos en el terreno práctico, la aplicación en el aula. Así, hemos sugerido una serie de actividades que invitan al acercamiento a nuestra realidad cultural y que esperamos que, con el compromiso tácito de ambas partes, docente y discente, perfilen un auténtico ejercicio de entendimiento personal.

BIBLIOGRAFÍA

- ARGYRIS, C., PUTNAM, R., and SMITH, D. (1985). *Action Science: Concepts, Methods, and Skills for Research and Intervention*. San Francisco: Jossey-Bass.
- BEAMER, L. (1995). A schemata model for intercultural encounters and case study: The emperor and the envoy. *Journal of Business Communication*, 32 (2): 141-161.
- BERTHOIN ANTAL, A., and FRIEDMAN, V. J. (2008). Learning to negotiate reality: A strategy for teaching intercultural competencies. *Journal of Management Education*, 32 (3): 363-386.
- BYRAM, M. (1997). *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- COLLIER, M. J., and THOMAS, M. (1988). Cultural identity: An interpretive perspective. En Y. Y. Kim, and W. B. Gudykunst, (Eds.), *Theories in Intercultural Communication. International and Intercultural Communication Annual*, 12 (pp.99-120). Newbury Park, CA: Sage.

- FRIEDMAN, V. J., and BERTHOIN ANTAL, A. (2005). Negotiating reality. A theory of action approach to intercultural competence. En *Management Learning*, 36 (1): 69-86.
- GRIFFITH, D. A. and Harvey, M. G. (2001). An intercultural communication model for use in global interorganizational networks. En *Journal of International Marketing*, 9 (3): 87-103.
- HALL, E. T. (1959). *The Silent Language*. New York: Doubleday.
- HECHT, M. L., Collier, M. J. and Ribeau, S. A. (1993). *African American Communication: Ethnic Identity and Cultural Interpretation*. Newbury Park, CA: Sage.
- HOFSTEDE, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills: Sage.
- JAMESON, D. A. (2007). Reconceptualizing cultural identity and its role in intercultural business communication. En *Journal of Business Communication*, 44 (3): 199-235.
- RODRIGO, M. (1999). *La comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- RUIZ DE LOBERA, M. (2004). *Metodología para la Formación en Educación Intercultural*. MEC. Madrid: Colección Cuadernos de Educación Intercultural.
- SAPIR, E. (1958). *Culture, Language and Personality*. Berkeley, CA: University of California Press.
- SENGE, P., KLEINER, A., ROBERTS, C., ROSS, R. and SMITH, B. (1994). *The Fifth Discipline Fieldbook*. New York: Currency Doubleday.
- TARGOWSKI, A. and METWALLI, A. (2003). A framework for asymmetric communication across cultures. En *Dialogue and Universalism*, 7-8, 49-67.
- TROMPENAARS, F. (1994). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. Burr Ridge, IL: Irwin.
- UTLEY, D. (2004). *Intercultural Resource Pack*. Cambridge: Cambridge University Press.
- VARNER, I. and BEAMER, L. (2005). *Intercultural Communication in the Global Workplace* (3rd ed.). Boston: McGraw Hill/Irwin.
- VILÀ BAÑOS, R. (2004). Una actividad telemática para el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural de adolescentes. En Soriano, E. *Recursos para la Enseñanza y Aprendizaje de la Educación Intercultural*. Almería: Universidad de Almería. Disponible en:
<http://www.oei.es/valores2/monografias/monografia05/vivencia01.htm>
- WEAVER, G. (1986). Understanding and coping with cross-cultural adjustment stress. En R. M. Paige (Ed.), *Cross-Cultural Orientation: New Conceptualizations and Applications* (pp. 111-145). Lanham, MD: University Press of America.