

COMUNICACIÓ INTERCULTURAL ESPANYA-XINA: INTERPRETACIÓ PER A L'EMPRESA

Autor: Catalina Sastre Fiol

Tutora: Maria Perramon

Avaladora: Dra. Lydia Brugué

Màster en Traducció Especialitzada

Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya

Setembre 2021

Agraïments

Vull agrair tota l'ajuda rebuda i el seguiment fet per part de la meva tutora, Maria Perramon. També agrair especialment a família i amics tot el suport i ànims rebuts durant aquests mesos de feina i atabalament, en especial mare, pare, Jaume, Laia, Vicky i Edurne. Moltes gràcies per ser-hi i tenir tanta paciència.

Moltes gràcies també a Carrie Chen per haver col·laborat en aquest estudi i haver aportat un punt de vista tan interessant. Gràcies a Ramon i Carles Mir de Mirplay per la seva participació i a tots els seus treballadors que també han respost els qüestionaris. Finalment, vull estendre el meu agraïment a la resta de participants d'altres empreses que han accedit a respondre els qüestionaris a títol individual.

RESUM

En aquest treball, es presenta un estudi teòric i comparatiu del perfil cultural i comunicatiu d'Espanya i la Xina que es basa en els tres models culturals de Hofstede, Hall i Lewis. L'objectiu principal de l'estudi és analitzar les diferències culturals i comunicatives que existeixen entre Espanya i la Xina i observar a través d'un petit estudi de cas com aquesta distància cultural afecta negativament la comunicació entre aquestes dues cultures en l'àmbit de l'empresa. D'aquesta manera, es busca demostrar la importància de l'element cultural en la comunicació. És a dir, l'intèrpret professional no només ha de dominar l'idioma/es en qüestió, sinó que també hauria de ser capaç d'identificar i "llegir" aquests trets culturals per tal d'evitar o suavitzar aquest xoc cultural entre les parts. Així doncs, també es vol emfatitzar la importància de la formació de l'intèrpret en comunicació intercultural per tal de poder ajudar i tal vegada evitar aquests malentesos i problemes de comprensió abans esmentats. El estudi de cas que s'ha conduït en aquest treball ha pres com a mostra un total de 20 participants tots ells treballadors o empresaris espanyols i xinesos que, per motius de feina, es comuniquen constantment amb Espanya o la Xina i han accedit a compartir les seves experiències en comunicació intercultural en una enquesta que se'ls ha facilitat.

ABSTRACT

In this study, which is based on the three cultural models of Hofstede, Hall and Lewis, we present a theoretical and comparative study of the cultural and communication profile of Spain and China. The main objective of the study is to analyze the cultural and communicative differences between Spain and China and to observe through a small case study how this aforementioned cultural distance affects negatively the communication between these two cultures in the business field. In this way, we seek to prove the weight of the cultural element in communication, meaning that the professional interpreter not only needs to master the language/s concerned, but he/she should also be able to identify and "read" these cultural features in order to avoid or soften the cultural shock between parts. In the same way, we want to emphasize how important it is for the interpreter to be trained in intercultural communication so that he/she is able to help and even avoid the aforementioned misunderstandings and comprehension problems. The case study conducted in this work has taken a total sample of 20 participants, all of them Spanish and Chinese workers and business men and women that have to communicate often with Spain or China for work reasons. They have agreed to share with us their intercultural communication experiences in a survey that they have been asked to fill.

Contingut

1	INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS	6
2	PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU	9
2.1	DEFINICIÓ DE 'CULTURA'	9
2.2	MODELS D'ESTUDI CULTURAL: HOFSTEDE, HALL I LEWIS	11
2.2.1	DIMENSIONS CULTURALS DE HOFSTEDE	12
2.2.2	FACTORS CULTURALS DE HALL	12
2.2.3	MODEL LEWIS	13
3	RELACIONS ECONÒMIQUES ESPANYA-XINA	15
4	ESpanyA	17
4.1	TERRITORI I LLENGÜES	17
4.2	PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU	17
5	XINA	20
5.1	TERRITORI I LLENGÜES	20
5.2	PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU	20
6	RECOLLIDA DE DADES	24
6.1	QÜESTIONARIS	25
6.2	CULTURA QUE IDENTIFICA ALS PARTICIPANTS	26
7	GRUPS DE MOSTRA	28
7.1	ESTUDI DE CAS: MIRPLAY	28
7.2	INTÈRPRET ESPANYOL/CATALÀ – XINÈS	28
7.3	PARTICIPANTS INDIVIDUALS	29

8	ANÀLISI DE RESULTATS.....	30
9	ESPANYA VS. CATALUNYA.....	33
10	CONCLUSIONS.....	34
11	REFERÈNCIES.....	36
12	ANNEXES.....	40
12.1	ANNEX 1: MODEL QÜESTIONARI PER A PARTICIPANTS.....	40
12.2	ANNEX 2: MODEL QÜESTINARI PER A INTÈRPRETS.....	43
12.3	ANNEX 3: TAULA RESUM DE RESULTATS I ESTADÍSTIQUES.....	46

1 INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS

El treball que es presenta a continuació constitueix un estudi comparatiu entre Espanya i la Xina en el qual ens centrarem en els aspectes culturals i els estils comunicatius. De la mateixa manera, s'analitzarà aquests aspectes i la mesura en la que aquests poden afectar la comunicació entre parlants d'aquests dos països dins l'àmbit de l'empresa i les relacions comercials.

L'objectiu d'aquest estudi, per tant, és veure com aquestes diferències culturals, acotant-les al camp de la comunicació, poden causar problemes de comprensió i malentesos, així com també analitzar com aquesta distància cultural afecta la feina de l'intèrpret i ratificar la importància de la formació i/o preparació intercultural prèvia a l'inici de les comunicacions o relacions comercials per tal d'evitar malentesos i obtenir els resultats òptims desitjats sense que els problemes de comunicació intercultural en siguin un obstacle.

D'aquesta manera, es vol demostrar la importància i pes del paper de l'intèrpret no només com a intermediari lingüístic sinó també com a assessor i mediador cultural, que pot jugar un paper clau en el transcurs de les negociacions per a una empresa que intenta obrir-se camí en el mercat internacional. D'altra banda, també, es busca demostrar si, fins i tot en casos en els que la llengua a priori no és un problema i s'utilitza l'anglès com a llengua franca¹ o inclús una de les parts coneix i utilitza la llengua de l'altra, això no basta per evitar malentesos i problemes de comprensió deguts a la distància cultural que les separa. Així mateix, també es vol insistir en la importància de la formació en comunicació intercultural de l'intèrpret professional, és a dir, un cop més, es vol recordar que el fet de conèixer un idioma molt bé no sempre és suficient per així poder exercir com a intèrpret. I és que la comunicació no està constituïda simplement per la llengua, sinó que hi ha molts altres factors que hi entren en joc i que tenen igual o major importància que l'idioma en sí, per exemple, el llenguatge corporal, la cultura, el context, etc. Així doncs, l'intèrpret que sigui conscient de tot això i sigui capaç d'identificar, analitzar i 'llegir' aquests elements mentre estigui fent una interpretació, serà, sense cap dubte, el millor candidat per a qualsevol empresa.

¹ 'Llengua usada com a mitjà de comunicació entre dos o més grups amb llengües pròpies diferents i sense una llengua comuna' (Termcat, 2021).

El motiu pel qual s'ha escollit la Xina com a subjecte d'anàlisi en aquest estudi cultural és el pes i el volum de les relacions econòmiques que uneixen Espanya amb el gegant asiàtic i la velocitat amb la que està creixent la presència de la Xina dins el mercat espanyol. Més endavant, a l'apartat 3, s'expliquen més detalladament les xifres que representen les relacions econòmiques i comercials entre Espanya i la Xina.

En la realització d'aquest estudi s'examinaran també els aspectes de la comunicació que van més enllà de llengua estrictament, com són la comunicació gestual, els torns de paraula, les interrupcions, etc.

La llengua oficial de la Xina és el mandarí (Linguapax, 2021) i a Espanya, "el castellano o español es la llengua oficial del estado" (Gobierno de España, 2021) i es reconeix també la cooficialitat del català, gallec, eusquera, aranès i valencià segons els estatuts de cada comunitat autònoma. Així doncs, en el cas de produir-se una reunió o trobada entre una empresa espanyola i una de xinesa, la comunicació es podria portar a terme utilitzant castellà i/o xinès; o utilitzant l'anglès com a lingua franca o interllengua; o mitjançant la intervenció d'un intèrpret castellà – xinès; o bé amb un intèrpret anglès – castellà o anglès – xinès, depenent de quina de les dues parts no parli la llengua anglesa. No obstant això, aquí ens centrarem en la comunicació intercultural, és a dir, aquells aspectes comunicatius, tant verbals com no verbals de cada cultura que poden afectar la correcta comprensió entre les parts.

A continuació, en el pròxim apartat, es presenten els perfils culturals i comunicatius d'Espanya i la Xina dins l'àmbit de l'empresa i les relacions comercials. Aquests perfils han pres com a base teòrica els models i estudis d'alguns dels autors més destacats en el camp d'estudi de la comunicació intercultural dins el comerç internacional. Així doncs, els models que es tracten en aquest treball són: les 6 dimensions culturals de Hofstede, els aspectes de la comunicació no verbal en la interacció humana de Hall i el model de classificació cultural de Lewis. Amb la realització d'aquesta anàlisi es pretén observar la distància cultural que separa ambdós països per tal de poder identificar i assenyalar aquells punts més divergents on possiblement resideix l'origen i la causa d'alguns dels obstacles més comuns que sovint afegeixen maons a la barrera comunicativa que separa els parlants d'aquestes dues cultures.

A més, es portarà a terme un petit estudi de cas de l'empresa catalana Mirplay, amb seu a Avinyó, comarca del Bages, que es dedica a "la creació, fabricació i comercialització de mobiliari i equipament especialitzat" (Mirplay, 2019). L'empresa, fundada al 2002 pels

germans Mir, manté relacions comercials constants amb la Xina, on hi té, a més, una planta de producció. Aleshores, es recolliran dades a través de qüestionaris que respondran 8 treballadors de la empresa catalana i 2 de la sucursal xinesa en els quals es recolliran les seves experiències pel que fa a la comunicació amb els seus companys estrangers i les dificultats que suposa la distància cultural que els separa.

A més dels participants de Mirplay, també s'ha decidit ampliar la mostra amb 10 participants més que han respost les enquestes de manera anònima. Tots ells són també treballadors o empresaris espanyols (2) i xinesos (7) que, per motius laborals, es comuniquen sovint amb gent espanyola/xinesa, entre d'altres, algunes de les empreses on treballen els participants de la segona mostra són TUI Travel Center i BeLive Hotels, ambdues empreses espanyoles amb projecció internacional i relacions amb Àsia i, concretament la Xina.

Finalment, també s'ha pogut comptar amb la col·laboració d'una intèrpret professional xinès-espanyol que també ha contestat l'enquesta i ha compartit les seves experiències en comunicació intercultural que ha viscut gràcies a tot el seu bagatge professional.

D'aquesta manera, ens queda una mostra total de 20 participants.

A l'última part del treball, analitzarem els resultats obtinguts, n'extraurem les conclusions i observarem si s'han pogut demostrar o no les hipòtesis inicials sobre la interferència dels factors culturals en la comunicació entre Espanya i la Xina.

2 PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU

En aquest apartat que comença a continuació, es presenta un estudi del perfil cultural i comunicatiu dels dos països i/o cultures que estaran sotmesos a comparació en aquest treball, Espanya i la Xina. La creació d'aquests perfils ens ajudarà a crear una fitxa descriptiva que més endavant ens permetrà analitzar les dades recollides mitjançant els qüestionaris i extreure'n conclusions que sostinguin, neguin o rebatin les teories ja existents en el camp de la comunicació intercultural.

2.1 DEFINICIÓ DE 'CULTURA'

Abans de seguir amb els perfils culturals de cada país creiem que és important dedicar un apartat d'aquest estudi a delimitar o definir el concepte de cultura, ja que ho anirem repetint bastant cops al llarg d'aquest treball.

"Desde el Siglo XVII, observamos como la palabra cultura comienza a ser usada también en un sentido metafórico: cultura referido a la acción de cultivar la tierra, a cultura como acción de cultivar el conocimiento, o el espíritu, como se diría entonces tanto en Francia como en Inglaterra. En un comienzo, la palabra es usada seguida por el complemento de la cosa cultivada: "cultura de las artes", "cultura o cultivo de las letras", "cultura de las ciencias", poco a poco vemos como esto cambia" (Jiménez, 2012).

Pel que fa a la definició de cultura tal i com la entenem avui en dia, podem dir que Edward Burnett Tylor, en la seva obra *Cultura Primitiva: los orígenes de la cultura* (1871) va encunyar una de les definicions més clàssiques de cultura (Gómez Pellón, 2007):

"La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad".

Posteriorment, aquesta definició serà modificada, rebutjada, criticada i ampliada i en sorgiran moltes altres definicions igualment acceptables i de totes elles se'n poden extreure conceptes interessants. Per exemple, Franz Boas presenta la següent definició:

"Puede definirse la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo, y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos" (F. Boas, *The Mind of Primitive Man*, 1938).

També Clifford Geertz, en la seva obra *La interpretación de las culturas* (1973) explica que s'han d'entendre les cultures com "arbitrarias en el sentido de que sus formas y sus contenidos no están determinados por nada exterior a ellas... La cultura no es reducible: simplemente, es".

Aquestes només són algunes de les moltíssimes definicions de cultura que s'han plantejat al llarg de la història i totes elles tenen un punt de raó.

No obstant, a l'hora de plantejar els objectius i la base teòrica d'aquest treball ens veiem obligats a fer una reflexió sobre la relació entre país i cultura. Dos conceptes que sovint van de la mà i, fins i tot, es poden arribar a confondre.

En aquest cas, Linda Hiebert explica que, des de petits se'ns ha parlat sobre 'la cultura anglesa', 'la cultura alemanya', 'la cultura espanyola', etc., tot donant per suposada la identificació de cultura alemanya amb el país d'Alemanya i així successivament.

"Sin embargo, no hay una cultura nacional a la cual todos los habitantes del país pertenecen. Primero porque hoy en día vivimos en un mundo internacional. La gente se puede mudar de un país al otro fácilmente. También el mundo afuera del país influye mucho en la vida. Podemos en Suecia ver McDonalds, compañías extranjeras, y programas de televisión, etc. En cada país hay muchas culturas diferentes. En el norte de un país hay una cultura y en el sur otra, en la ciudad una y en el pueblo otra. También hay diferencias culturales dependientes de la edad de la gente. Diferentes generaciones piensan en diferentes maneras. Una persona puede ser parte de muchos grupos diferentes de culturas. Por esto no se puede decir que un país tiene sólo una cultura sino una diversidad de culturas. Sin embargo, hay valores y pensamientos que la mayoría de un país reconoce. Valores que han formado la sociedad y que son fundamentales para la vida en ella" (Hiebert, 2005:1-2).

Llavors, d'acord amb la teoria de Hiebert, aquest estudi es basarà en aquests valors, actituds i pensaments compartits per la majoria d'un país per poder parlar de la cultura espanyola i la cultura xinesa, tot entenent, per suposat, que no es vol caure en el clixé dels estereotips i que la norma de la qual es parlarà aquí no significa que no n'existeixin excepcions.

Per tant, quan més endavant parlem de 'cultura' o 'país' ens referirem al mateix concepte de conjunt de valors, actituds, pensaments, costums i tradicions que comparteix una gran part de la societat que viu en un mateix país i se sent representada pel què es coneix com la cultura d'aquest país.

Malgrat tot, veurem més endavant el dilema que se'ns planteja a l'hora de redactar les enquestes pel estudi de cas, més concretament en la pregunta que demana als participants quina cultura els identifica millor. És llavors quan es fa patent la teoria de Hiebert abans citada i amb les respostes obtingudes en el cas del participants espanyols

de Catalunya veurem com “no se puede decir que un país tiene sólo una cultura sin una diversidad de culturas” (Hiebert, 2005:1-2).

2.2 MODELS D'ESTUDI CULTURAL: HOFSTEDE, HALL I LEWIS

Així mateix, un cop s'han delimitat els principis d'allò que entenem com a cultura, passarem a fer-ne un anàlisi més exhaustiu dels models i teories que s'han escollit per tal de perfilar el model cultural i comunicatiu d'Espanya i la Xina, respectivament.

Aleshores, per a l'observació d'ambdues cultures, s'ha portat a terme una selecció de diferents valors i aspectes que s'utilitzaran per tal d'examinar les diferents dimensions culturals de cada país i així poder presentar un anàlisi complet que ens ajudi a crear una imatge representativa del perfil cultural i comunicatiu de cada país que més endavant ens serveixi per contrastar amb la informació recollida a través dels qüestionaris realitzats.

En aquest cas, ja que l'objectiu d'aquest treball és identificar els elements culturals que intervenen i interfereixen específicament en la comunicació dins el món de la empresa entre espanyols i xinesos, s'ha decidit treballar amb alguns factors i dimensions que s'han tractat en els models i estudis de Geert Hofstede, Edward T. Hall i Richard Lewis.

Les dimensions que s'han decidit utilitzar com a valors per tal d'elaborar ambdós perfils són:

Del Model de les 6 Dimensions culturals de Hofstede:

- Distància del poder (Power Distance)
- Evasió de la incertesa (Uncertainty Avoidance)
- Orientació a llarg termini (Long term orientation)
- Individualisme i col·lectivisme (Individualism)

Dels factors culturals de Hall:

- Cultures d'alt context i cultures de baix context (high-context and low-context cultures)
- Temps monocrònic i temps policrònic (monochronic and polychronic)

Del Model Lewis sobre classificació cultural:

- Cultura reactiva, multi-activa o activo-lineal (reactive, multi-active, linear-active)

2.2.1 DIMENSIONS CULTURALS DE HOFSTEDE

Geert Hofstede (2 d'octubre 1928 – 12 de febrer 2020) va ser un psicòleg social holandès i professor d'antropologia organitzacional i gestió internacional a la Universitat de Maastricht (Països Baixos). Actualment, en el món de la comunicació intercultural, Hofstede és ben conegut per la seva investigació pionera sobre intercanvis culturals en grups i organitzacions des d'una perspectiva global. A través dels seus estudis, va desenvolupar el model de les sis dimensions culturals per tal de mesurar i descriure les cultures nacionals a partir de 6 dimensions: distància de poder, individualisme, evasió de la incertesa, orientació a llarg termini, masculinitat i indulgència envers moderació (Hofstede Insights, 2021). En aquest treball, s'han decidit utilitzar les 4 primeres dimensions ja que s'ha considerat que són les més representatives dins el món de l'empresa i les relacions comercials i són les que ens ajudaran a elaborar un perfil comunicatiu més complet i detallat de cada país.

- La **distància de poder** “expresses the degree to which the less powerful members of a society accept and expect that power is distributed inequally” (Hofstede Insights, 2021).
- L'**individualisme** expressa la mesura en la que els individus d'una societat se senten independents, en lloc de sentir-se interdependents com a membres d'un tot més gran (Durán Mena, 2018).
- La dimensió sobre l'**evasió de la incertesa** “expresses the degree to which members of a society feel uncomfortable with uncertainty and ambiguity” (Hofstede Insights, 2021).
- La dimensió sobre l'**orientació a llarg termini** expressa la noció bàsica que manté que el món es troba en un canvi constant i sempre és necessari preparar-se pel futur. En canvi, en una societat orientada a curt termini, “el mundo es esencialmente como fue creado, de modo que el pasado propociona una brújula moral y adherirse a él es moralment bueno” (Durán Mena, 2018).

2.2.2 FACTORS CULTURALS DE HALL

Edward T. Hall era un antropòleg i investigador intercultural dels Estats Units que va desenvolupar diversos estudis sobre lingüística, i comportament animal que van contribuir notablement al camp de la comunicació intercultural verbal i no verbal (AFS, 2021).

“Para Hall, contexto y significado están relacionados. Hall pensaba en las diferentes culturas como ubicadas en un continuo de alto a bajo contexto, de acuerdo a cómo las

personas de estas culturas interpretan o perciben la información que los rodea en una interacción o evento determinado” (ASF, 2021)

La majoria de les teories interculturals de Hall pertanyen a la categoria de comunicació no verbal, ja que considera que gran part de la comunicació entre humans es produeix de manera inconscient i no verbal. Llavors, dins el model de dimensions culturals de Hall es distingeixen dos tipus de cultura d'acord amb el paper i rellevància que juga el context social dins l'acte comunicatiu.

- Les **cultures d'alt context**, doncs, són aquelles que no requereixen la comunicació verbal per tal de comprendre el significat complet d'una interacció determinada. Per exemple, aquest és el cas de les cultures d'Àsia, Àfrica, Amèrica del Sud i Orient Mitjà (ASF, 2021).
- Les **cultures de baix context**, per tant, constitueixen aquelles en les quals la major part del contingut del missatge es transmet explícitament a través de les paraules. Aquest és el cas, per exemple, de les cultures d'Europa Occidental, així com també els Estats Units i Canadà (ASF, 2021).

Per altra banda, Hall també planteja diferents factors diferenciadors entre cultures segons com cada una d'aquestes percep i gestiona l'ús del temps continu. En aquest sentit, les cultures es classifiquen en sistemes monocrònics o lineals i sistemes policrònics o paral·lels.

- Els **sistemes monocrònics** formen part de cultures en les quals el temps és lineal i exacte. A més, s'orienten cap al futur i es centren en l'assoliment de resultats.
- Els **sistemes policrònics**, en canvi, s'orienten cap el present i no es dona massa importància al temps, sinó que es gaudeix del moment.

Segons Wellros, existeix també una tercera orientació del temps que s'orienta cap al passat (1998: 54). En aquestes cultures, els avantpassats són molt importants.

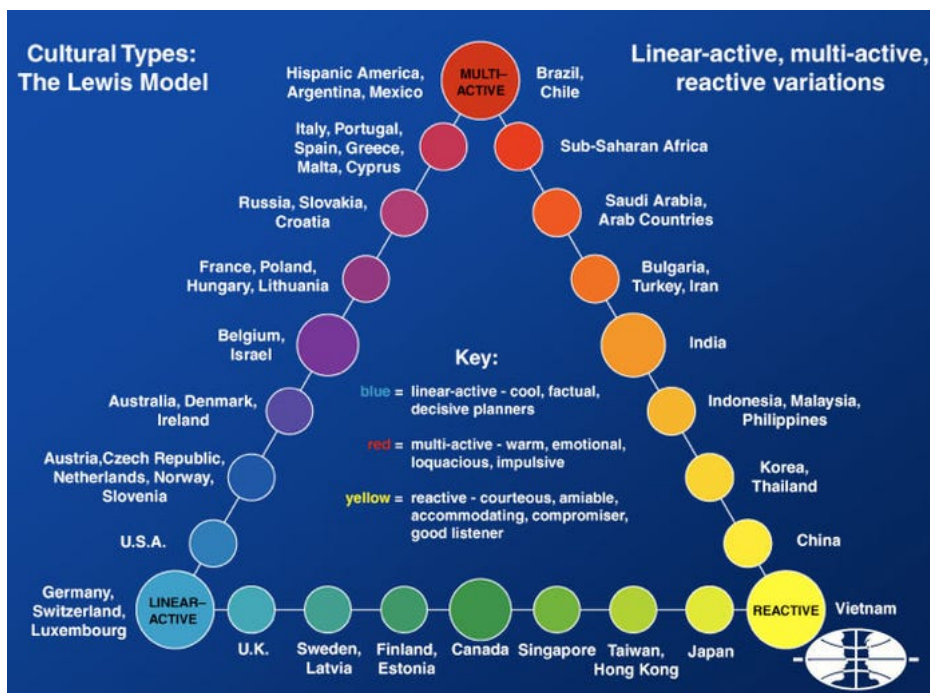
2.2.3 MODEL LEWIS

Richard D. Lewis era un important lingüista, professor de comunicació intercultural i escriptor britànic que, tot basant-se en els conceptes temporals monocrònics i policrònics de Hall, va desenvolupar el que es coneix avui com a Model Lewis, que busca ajudar els seus clients a conèixer la cultura i totes les seves dimensions, així com també facilitar les pràctiques de comerç internacional (CrossCulture, 2021).

El Model Lewis no només va ampliar la definició dels conceptes de sistema monocrònic i sistema policrònic i els va convertir en actiu-lineal i multi-actiu, sinó que va afegir un tercer concepte, que va anomenar reactiu (CrossCulture, 2021). D'aquesta manera, Lewis classifica els països en tres categories diferents:

- Les **cultures activo-lineals** són aquelles que s'organitzen, planifiquen i persegueixen plans d'acció, és a dir, fan una cosa a la vegada. En són exemples Alemanya i Suïssa (Lubin, 2013).
- Les **cultures multi-actives** són aquelles on les persones són actives i xerraires i poden fer moltes coses a la vegada però no planifiquen les tasques tot seguint un horari, sinó d'acord amb la importància o interès que generi l'esdeveniment. En són exemples Itàlia, Amèrica Llatina i els països àrabs (Lubin, 2013).
- Les **cultures reactives** donen prioritat a les bones maneres i el respecte. És molt important escoltar amb atenció i calma a l'interlocutor i s'ha de reaccionar amb compte a les opinions i propostes de l'altra banda. En aquest grup, hi trobaríem la Xina, Japó i Finlàndia.

En la imatge que es presenta a continuació es pot observar l'esquema triangular que s'utilitza per explicar el Model Lewis i classificar alguns països del món de la manera més acurada possible segons el color i la distància que els separa o uneix amb cada un dels tres perfils.



Font: CrossCulture. Know culture for better business. <https://www.crossculture.com/about-us/the-model/>

3 RELACIONS ECONÒMIQUES ESPANYA-XINA

En aquest treball, s'ha decidit fer un estudi dels elements interculturals que poden afectar la comunicació entre persones de cultura xinesa i cultura espanyola per tal d'assenyalar els problemes o obstacles amb els que es poden trobar no només els empresaris i treballadors, sinó també els intèrprets que ofereixen els seus serveis a empreses espanyoles o xineses.

Només si són conscients d'aquesta divergència cultural i comunicativa es podran evitar problemes de comprensió o malentès entre les parts que puguin arribar a afectar els tractes comercials, projectes i contractes que s'estiguin negociant.

Com ja s'ha indicat abans, el motiu pel qual s'ha escollit la Xina com a subjecte d'aquest estudi cultural és el pes i el volum de les relacions econòmiques que uneixen Espanya amb "el gegant asiàtic" (Fernández, 2018).

"El volumen de importaciones chinas está en línea con los países del entorno y el volumen de exportaciones a China crece, se diversifica y evoluciona muy positivamente en los últimos años, particularmente en el capítulo agroalimentario" (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2020).

Tant les importacions com les exportacions van augmentant cada any i, segons les xifres publicades pel Ministeri d'Afers Exteriors (2020) a la seva pàgina web, el 2018, les exportacions a Xina tenien un pes de 2.115.382 milions d'euros i les importacions xineses, 1.788.977 milions d'euros.

Pel que fa al flux d'inversió bilateral, d'acord amb les dades del Registre d'Inversions Exteriors del Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat, "China ocupa el puesto 24 en el ranking de países como destino de la inversión española, con un 0,64% del total", mentre que Espanya "ocupa el puesto 10 del ranking de países con inversión china en España, con un 2,65% del total" (2020).

Gran part de les empreses espanyoles amb presència a la Xina, al voltant de 600 empreses majoritàriament petites, s'han implantat al país asiàtic amb la intenció d'impulsar les seves exportacions i obrir-se camí en diferents mercats i en diversos sectors.

D'altra banda, en canvi, les empreses xineses no fins fa relativament poc han començat el seu procés d'internacionalització i han mostrat un interès cada vegada més gran en Espanya.

Una mostra de les creixents relacions financeres entre Espanya i la Xina són la llarga llista de Declaracions, Tractats i Acords signats que demostren els tractes comercials que mantenen aquests dos països.

Entre d'altres, se n'enumeren alguns a continuació:

- Convenio de Cooperación Económica e Industrial de 1984.
- Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, APPRI de 2005
- Protocolo para la Exportación de Carne y Productos de Porcino a China, de 15 de noviembre de 2007.
- Protocolo bilateral España-China para la exportación de frutas de hueso”, signat el 13 d'abril de 2016
- Protocolo de requerimientos fitosanitarios para la exportación de uva de mesa, signat el 28 de noviembre de 2018.
- Protocolo de Inspección, sanidad veterinaria y cuarentena de exportación de cerdo y productos curados de cerdo, signat el 28 de noviembre de 2018.

Amb tot això, es vol demostrar la presència i importància de les relacions i connexions comercials que uneixen Espanya i la Xina. D'aquesta manera, es vol justificar l'elaboració del present estudi i l'elecció d'aquests dos països com a subjecte d'anàlisi, el qual respon a dos motius principals: la creixent activitat pel que fa a relacions comercials i negociacions entre Espanya i la Xina; i a l'hora, la gran distància cultural que separa ambdues societats, la qual pot afectar la comunicació entre les parts.

4 ESPANYA

4.1 TERRITORI I LLENGÜES

Espanya és un país de 47,5 milions d'habitants, amb capital a Madrid i membre de la Unió Europea que consta d'un territori de 505.991 km² d'extensió. L'estat comprèn la major part de la península ibèrica, els enclavaments de Ceuta i Melilla al continent Africà i els arxipèlags de les Balears, al mar Mediterrani, i de les Canàries, a l'oceà Atlàntic (Gobierno de España, 2021).

Segons l'article 3 de la Constitució espanyola, el castellà o espanyol és la llengua oficial a tot l'Estat i, d'acord amb els estatuts de cada comunitat autònoma, la resta de llengües de l'estat són cooficials, juntament amb l'espanyol a certes comunitats (el català i aranès a Catalunya; el català a les Illes Balears; l'euasquera a Navarra i País Basc; el galleg a Galícia; i el valencià a la Comunitat Valenciana) (Ministerio de Política Territorial y Función Pública, 2021).

4.2 PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU

Així mateix, a l'hora de definir la cultura espanyola i de perfilar les seves característiques comunicatives ens adonem que, en quasi totes les classificacions dels models i teories que tractem en aquest treball, Espanya es troba en grups ben oposats als que trobem a la Xina. De fet, d'acord amb la classificació de les dimensions culturals dels models abans explicats de Hofstede, Hall i Lewis, Espanya es definiria com un país culturalment allunyat de la Xina especialment pel que fa a les dimensions que fan referència a l'estil comunicatiu.

D'una banda, segons **Hofstede** (2021), Espanya es definiria com una societat jeràrquica en la que la gent accepta no només aquesta organització sinó també totes les desigualtats inherents que comporta aquest tipus d'organització social. D'aquesta manera, en el món de l'empresa, les persones esperen que siguin els seus superiors els indiquin allò que han de fer.

Pel que fa a la dimensió de l'individualisme, si es compara amb la resta de països europeus, a excepció de Portugal, España es consideraria una societat col·lectivista. En canvi, si es compara amb altres parts del món, com per exemple Àsia, veiem que és una cultura clarament individualista. En general, tanmateix, el treball en equip es considera quelcom natural i, en l'àmbit laboral, es tendeix a treballar d'aquesta manera. Tot i així,

com veurem més endavant, la cultura xinesa va molt més enllà del treball en equip i l'empresa i els companys de feina i superiors són considerats família i el respecte entre ells és absolut.

També, segons Hofstede (2021), l'evasió de la incertesa és una de les dimensions culturals que millor defineix la cultura espanyola, ja que, d'acord amb el seu estudi, és la que obté una puntuació més elevada. Llavors, això vol dir que es tracta d'una societat que veu el canvi com quelcom estressant i es preocupa per les situacions canviants o ambigües. Els agrada tenir normes, ja que això evita el canvi constant, però al mateix temps, moltes vegades aquestes normes no els compleixen perquè la gent considera que fan la vida més complicada. Com ja veurem, segons Hofstede, aquesta última característica difereix molt de la estricta percepció xinesa de les normes.

Finalment, en referència a l'orientació a llarg termini, Espanya es podria definir com una cultura que viu el moment present i no es preocupa gaire pel futur. En general, la gent busca resultats ràpids i no pas a llarg termini (Hofstede, 2021). En general, aquesta és una característica comuna en els països del Mediterrani.

Pel que fa a la percepció i la gestió del temps, Hall explica que España té una cultura que veu el temps de forma policrònica i entén que "las relaciones entre personas son más importantes que cumplir con un horario" (Vita, 2017). No es dóna gaire importància al temps i es viu el moment present. En aquest sentit, és per a tots coneguda la tal vegada merescuda fama d'impuntuals que tenen els espanyols per a la resta del món. Aquest tret cultural no suposaria a priori cap problema si aquesta mateixa manca de puntualitat no suposés una falta de respecte tan gran per a cultures monocròniques com la xinesa en la qual, com ja veurem, el temps es considera un recurs molt valuós.

De la mateixa manera, Hall també explica que la cultura espanyola es troba en un punt entremig de baix context i alt context, tot i que més a prop de l'alt context. D'aquesta manera, en la comunicació interpersonal, per a les persones de cultura espanyola "es más importante el ambiente y los mensajes no verbales" (Martos, 2016).

Tanmateix, tal i com veurem en el següent apartat sobre el perfil comunicatiu i cultural de la Xina, aquest país asiàtic encapçala la llista de països d'alt context i, en comparació amb ella, Espanya es consideraria una cultura de baix context. En definitiva, en la cultura espanyola els gestos i el llenguatge corporal hi són presents en la comunicació, no obstant això, per a la cultura xinesa, objecte de comparació en aquest estudi, el context, els gestos, les expressions facials, el contacte físic o

l'absència d'aquest, no només són importants, sinó que poden arribar a tenir el mateix pes que la comunicació verbal per si mateixa.

Finalment, segons el model **Lewis** de classificació cultural, Espanya es considera una cultura multi-activa, és a dir, una societat amb gent activa i amb energia que sovint actua tot seguint impulsos i emocions. Les relacions humanes són molt important per a ells i els sentiments s'expressen obertament. El llenguatge corporal i gestual té un pes important en la comunicació interpersonal, així com també la confrontació i el desacord (Lewis, 2021). En altres paraules, en una reunió de negocis, la part espanyola no faria gaires esforços per ocultar les seves emocions, siguin positives o negatives, i no els suposaria cap problema haver d'expressar desacord amb alguna idea que ha dit l'altra part, així com tampoc no els importaria iniciar una discussió o confrontació per tal de defensar la seva posició.

5 XINA

5.1 TERRITORI I LLENGÜES

La República Popular de la Xina és un país de 1.437 milions d'habitants, amb capital a Pequín, que consta d'un territori de 9.596.900 km² d'extensió, el qual representa el 6,5% de la superfície mundial. Situada al continent asiàtic, la Xina comparteix frontera amb Vietnam, Laos, Myanmar, Butà, Nepal, la Índia, Pakistan, Afganistán, Tayikistán, Kirguistán, Kazajstán, Rússia, Mongòlia i Corea del Nord (Ministerio de Exteriores, 2020).

“La Constitución china establece en su artículo 19 que el Estado promueve el uso nacional del Putonghua (conocido como chino mandarín). Por otro lado, el artículo 4 de la Constitución garantiza la libertad de todos los grupos étnicos de usar sus propias lenguas; hay seis lenguas principales en China, además del Mandarín” (Ministerio de Exteriores, 2020).

La llengua xinesa és una branca de la família sinó-tibetana que es parla a la República Popular de la Xina, Taiwan, Malasia i altres parts del sud-est asiàtic. Aquesta llengua està composta per una gran varietat de dialectes, però sovint, quan parlem de 'xinès', ens referim al mandarí, que és la llengua nativa amb més parlants del món (Promotora Española de Lingüística, 2013). Així doncs, en aquest treball, quan parlem de la llengua xinesa, nosaltres també ens referim al xinès mandarí, que és, a més, la llengua que utilitzen a Mirplay (empresa catalana que s'ha elegit per aquest petit estudi de cas) per comunicar-se amb els seus treballadors a les seves oficines pròpies que tenen a la Xina.

5.2 PERFIL CULTURAL I COMUNICATIU

Com ja hem dit abans, d'acord amb els models d'anàlisi cultural de Hofstede, Hall i Lewis, la Xina presenta moltes diferències no només a nivell cultural i social, sinó també pel que fa a la forma de comunicar-se i expressar-se a l'hora de negociar i establir relacions comercials.

Són moltes les dissemblances que separen Espanya de la Xina en totes les esferes de la vida. En aquest sentit, no podem passar per alt l'importantíssim paper que ha jugat l'antiga filosofia xinesa al llarg de la història i la manera com aquesta ha influït sobre el pensament i els valors de la cultura xinesa fins a dia d'avui.

“El lugar que la filosofía ha ocupado en la civilización china es comparable al de la religión en otras civilizaciones. En China, la filosofía ha sido preocupación de toda persona educada. En los viejos tiempos, si una persona era educada de alguna medida, la primera formación que recibía era en filosofía” (Youlan, 1989: 15).

La filosofia forma part del dia a dia de la societat xinesa i ha constituït la base moral i ètica sobre la qual es construeixen els valors d'aquesta cultura, així com també la forma de pensar o la manera de comportar-se i comunicar-se (Youlan, 1989). Per tant, en el món de l'empresa i de les relacions comercials, això no ha sigut diferent i l'empremta que ha deixat l'antiga filosofia xinesa és encara molt visible a l'hora de comunicar-se, comportar-se i/o expressar-se en una reunió de negocis.

Es podria dir que, d'alguna manera, la filosofia per a la civilització xinesa ha sigut l'equivalent a la religió per a Espanya, on la Bíblia, en molta menys mesura en l'actualitat, poc o molt, ha perfilat la cultura que defineix la societat espanyola d'avui.

“El hecho religioso [...] es también una forma de organización de la sociedad [española] que alcanza la llamada sociedad civil y el Estado” (Aubert, 2002)

No obstant això, en aquest treball, ens centrarem en l'estudi del perfil comunicatiu de la cultura xinesa. Per tant, com ja veurem més endavant, algunes de les dimensions o característiques que defineixen la forma de comunicar-se i expressar-se de la societat xinesa tenen el seu motiu i justificació en l'antiga filosofia de la qual parlàvem més amunt. Malgrat això, no aprofundirem gaire en el tema de la història de la filosofia, sinó que només tractarem aquelles parts que ens concerneixen en cada cas.

Pel que fa al model de dimensions culturals de **Hofstede**, la Xina constitueix una cultura en la que les desigualtats socials no només són popularment acceptades, sinó que els subordinats o treballadors inferiors no es poden defensar ni rebel·lar envers l'abús del poder per part dels superiors o caps. De fet, els subordinats creuen cegament en la capacitat de lideratge i d'iniciativa dels seus superiors i mai qüestionen les seves decisions. En definitiva, és una societat molt jeràrquica en la qual cadascú té el seu paper i posició i ningú té aspiracions que vagin més enllà del seu rang (Hofstede Insights, 2021). En el món de l'empresa, això es tradueix en una estructura molt estricta en la que el respecte pels superiors és enorme i sempre seran els primers a parlar a les reunions (Cecogrup, 2018).

D'altra banda, Hofstede (2021) també explica que la xinesa és una societat col·lectivista en la que la gent actua i pren decisions tot tenint en compte el bé del grup i no el d'ells mateixos. En el món laboral, això es tradueix en un gran compromís i respecte per part del treballador cap als membres del seu grup/departament. D'aquesta manera, en una reunió, un treballador xinès no qüestionarà ni contradirà mai els seus companys davant de ningú altre, sinó ben el contrari, el protegirà i defensarà els seu 'honor' davant els altres (Veure nota a peu de pàgina a la pàgina 23).

De la mateixa manera, a l'hora de fer negocis amb una altra empresa, les relacions personals són essencials abans de començar qualsevol altra relació comercial. "En ese país, las relaciones los son todo" (Alami, 2020). Aquesta manera de fer negocis a la Xina es coneix com Guanxi i fa referència a "una forma tradicional de hacer negocios en China a través de la generación de vínculos económicos a partir de las conexiones personales" (Arjona, 2021).

"Incluso es bastante común que en los primeros acercamientos, una persona china pueda hacer preguntas tan personales como: "cuánto dinero ganas", "cuáles son tus creencias religiosas" o "cuál es el símbolo zodiacal de tu pareja". [...] En ocasiones está forma de hacer negocios es erróneamente percibida como un comportamiento poco ético que fomenta la corrupción. Los empresarios occidentales principalmente, piensan que los chinos favorecen a las empresas de sus amigos en lugar de a la empresa mejor calificada" (Alami, 2020)

Pel que fa a l'evasió de la incertesa, la Xina és una cultura que conviu amb la incertesa i per la qual la veritat és sempre relativa.

"The Chinese are comfortable with ambiguity; the Chinese language is full of ambiguous meanings that can be difficult for Western people to follow". (Hofstede Insights, 2021)

Així doncs, a nivell comunicatiu, això fa que els xinesos siguin comunicadors ambigus que no solen donar respostes absolutes o clares, la qual cosa xoca amb la forma bastant més directa de comunicar-se de la cultura espanyola.

Finalment, pel que fa a l'orientació a llarg termini, Hofstede senyala que la xinesa és una cultura molt pragmàtica on la gent creu que la veritat de les coses depèn de la situació, el context i el moment (Hofstede Insights, 2021). Així doncs, aquesta societat no busca la gratificació instantània, sinó que quan inverteixen en alguna cosa o inicien un projecte, sol ser a llarg termini i no tenen presa per aconseguir-ho (MarketMeChina, 2014).

D'altra banda, a diferència d'Espanya, segons el model d'estudi cultural de **Hall**, la Xina és una cultura monocrònica, la qual cosa vol dir que es concep el temps com un concepte lineal i, per tant, només se sol fer una cosa a l'hora. A més, el temps es converteix en un recurs, és a dir, un producte que es pot estalviar, gastar o malgastar (Vita, 2017).

"[...] to avoid wasting time, it is imperative to have the necessary information and the means available. Arguments are based on figures, appointments are adhered to and punctuality is observed, both at the beginning and at the end of every day" (Juàrez, 2011).

Així mateix, tal i com s'ha indicat a l'apartat anterior, la puntualitat i la percepció del temps com un recurs més a tenir en compte a l'hora de fer negocis és un altre punt important de divergència a l'hora de fer negocis.

Així mateix, Hall també explica que la cultura xinesa és una de les cultures amb més alt context i, per tant, això vol dir que la informació no només és explicitada en el missatge, sinó que una part important de la informació ve donada pel context. En un acte comunicatiu, “es más importante el ambiente y los mensajes no verbales; prima la ambigüedad e incertidumbre” (Martos, 2016). En el món de l'empresa i els negocis, aquesta característica cultural pot fer que, si l'altra part no n'és conscient, es produeixin malentesos i problemes de comprensió.

“In Chinese culture, a direct communicative style is considered difficult (especially in negotiations). The indirect style is preferred, as it is often seen as more elegant and less blunt and permits both the criticiser and the criticised to not lose face²” (Juàrez, 2011)

Per acabar, segons la classificació de països del model de **Lewis**, la Xina és una cultura reactiva. D'acord amb aquesta teoria, les societats reactives prefereixen escoltar primer i prendre accions després. A més, solen evitar la confrontació així com també l'expressió del desacord. No es fan interrupcions quan es parla, els sentiments i les emocions es reprimeixen i, de fet, se n'evita la seva expressió en públic i el llenguatge corporal és molt subtil. Les connexions i relacions personals són essencials i tenen un estil comunicatiu molt ambigu i indirecte on hi preval l'educació i el respecte vers l'altra part i en la qual és molt important mantenir i protegir el rostre de l'altra part.

² Face, rostre o mianzi, en xinès, és un concepte molt important en la societat xinesa que fa referència a la posició de respecte i prestigi d'una persona dins la societat, és a dir, el lloc que ocupa una persona a ulls de la resta del grup. Es podria entendre com l'“honor” d'una persona. Per tal de mantenir l'honor d'un mateix, s'ha de respectar el dels altres. D'aquesta manera, l'honor es pot perdre o danyar si hom no respecta o fereix el d'algú altra (Moraga, 2015).

6 RECOLLIDA DE DADES

Un cop definits i explicats els dos perfils culturals i comunicatius dels dos països sotmesos a anàlisi i comparació en aquest estudi, Espanya i la Xina, es presenten a continuació les dades recollides a través de qüestionaris anònims realitzats pels treballadors de l'empresa catalana amb seu també a la Xina, Mirplay, així com també altres treballadors i empresaris espanyols i xinesos que han participat de l'estudi.

Després de veure com de diferents són ambdues cultures i estils comunicatius en l'àmbit de l'empresa i els negocis, en aquest treball, s'ha volgut portar a terme un petit estudi de cas per tal de recollir informació de primera mà de persones que treballen constantment en ambients multiculturals i es troben sovint en situacions comunicatives en les que, ja sigui amb els serveis d'un intèrpret o no, s'han de comunicar amb una persona de cultura espanyola/xinesa en l'àmbit laboral. La idea és poder demostrar, modificar o negar que la teoria abans exposada d'acord amb els models de Hofstede, Hall i Lewis s'aplica a la realitat actual de la comunicació intercultural dins el comerç internacional.

Després de valorar diverses opcions de recollida de dades (entrevista qualitativa personal, enquestes, observació dels participants en una reunió, etc.), s'ha considerat que la millor manera d'obtenir informació per aquest treball final de màster són els qüestionaris anònims individuals. D'aquesta manera, es pot recollir informació qualitativa a través de les afirmacions descriptives que s'ofereixen com a respostes a escollir en el qüestionari (Veure Annex 1) i, a l'hora, aquestes dades s'analitzen de manera quantitativa per tal de poder realitzar una petita estadística de respostes que ens ajudi a extreure les conclusions d'aquest estudi.

Per aquest motiu, un cop determinat quin seria el mètode de recopilació de dades, s'ha decidit treballar amb una mostra total de 20 participants que pertanyen a tres grups diferents: 9 treballadors de Mirplay, inclòs un dels directors i fundadors d'aquesta empresa que ja hem presentat més amunt, 10 treballadors/empresaris que s'han presentat voluntaris per respondre l'enquesta a títol individual i 1 Intèrpret xinès-espanyol. D'una banda, els treballadors espanyols i xinesos de l'empresa Mirplay ens ajudaran a obtenir informació des del punt de vista del participant directe de l'acte comunicatiu intercultural, ja sigui un acte escrit o oral, mentre que la intèrpret ens donaran una perspectiva més externa i, a la vegada més completa, del xoc cultural que es produeix quan una part espanyola i una part xinesa es comuniquen utilitzant els

serveis d'un intèrpret. En aquest darrer cas, l'intèrpret ens pot oferir la visió d'un observador que veu des de fora com es comuniquen dos perfils culturals i comunicatius tan diferents com el d'Espanya i la Xina. Finalment, la resta de participants que ha decidit col·laborar a títol individual, ens oferiran també una visió més variada i diversa amb mostres i experiències de diferents empreses i sectors i això ens permetrà obtenir unes conclusions més representatives.

Degut a la situació excepcional que vivim des de que va començar la pandèmia del coronavirus l'any 2020, no ha estat possible entrar ni parlar en persona amb cap de les persones que han sigut enquestades. Tots els qüestionaris s'han enviat per correu electrònic i les respostes s'han enregistrat i emmagatzemat a Google Forms per després ser analitzades i interpretades.

6.1 QÜESTIONARIS

Els qüestionaris que s'han creat per a la recollida de dades d'aquest estudi es poden consultar al final d'aquest document a l'apartat d'Annexes.

Així mateix, veureu que s'ha treballat amb un total de 2 versions lleugerament diferents del qüestionari que s'han adaptat d'acord amb les característiques de cada grup de mostra. Com es pot observar, la diferència principal entre les dues enquestes és que la versió per als treballadors de Mirplay i la resta de participants individuals demana que cada persona intenti definir el seu propi perfil cultural i el seu estil comunicatiu; mentre que la versió pels intèrprets demana que, d'acord amb la seva experiència professional com a intèrpret i el seu coneixement de les cultures espanyola i xinesa, intentin definir ambdós estils comunicatius.

De cada versió, a més, els participants disposaven de 3 idiomes possibles a escollir, català, espanyol i anglès.

Com es pot observar, els qüestionaris intenten elaborar un perfil cultural i comunicatiu de cada participant a partir de les seves respostes. A la segona part del qüestionari, titulada Competències Comunicatives Personals, a cada pregunta, els participants poden escollir d'entre 3 opcions diferents segons l'afirmació que consideren que millor descriu el seu estil comunicatiu en cada cas. Per tal de facilitar l'anàlisi posterior dels resultats, s'ha creat el qüestionari de manera que cada una de les tres opcions de resposta corresponen a un dels tres tipus de cultura del Model Lewis. D'aquesta manera, la primera opció concorda amb la descripció d'una cultura multi activa, com és el cas

d'Espanya; la segona opció, una cultura activa lineal; i la tercera opció, una cultura reactiva, com és el cas de la Xina. No obstant, s'ha decidit que els participants no fossin conscients d'això quan han respost el qüestionari ja que, d'aquesta manera, no es volia interferir ni influenciar de cap manera les seves respostes.

Pel que fa a contingut, les preguntes dels qüestionaris s'han centrat principalment en l'estil comunicatiu en general, l'expressió dels sentiments, la gestió del desacord i la confrontació, els toms de paraula i les interrupcions, i el llenguatge corporal.

6.2 CULTURA QUE IDENTIFICA ALS PARTICIPANTS

Tot i ser anònims, la primera pregunta del qüestionari demanava als participants que indiquessin quina cultura els identificava millor per tal de poder classificar i analitzar posteriorment els resultats segons si eren de cultura espanyola o xinesa.

Ja abans de començar amb la difusió dels qüestionaris, n'érem conscients de que aquesta podria ser una pregunta que generés polèmica en ambdues parts. Com ja hem dit abans a l'apartat 2.1, on hem tractat sobre el concepte de cultura i la controvèrsia que sovint genera la identificació de cultura amb una nació o país, a vegades també ens podem trobar amb una situació similar en la que una comunitat dins d'un mateix país no només no s'hi sent identificada sinó que defensa la seva cultura pròpia i independent. Generalment, aquestes divergències culturals venen acompanyades de moviments separatistes o independentistes, com n'és el cas de Catalunya (Bladé, 2014) a Espanya o les regions de Xinjiang (Sarli, 2010), Hong Kong i Taiwan (Europa Press, 2014) a la Xina.

Així doncs, per tal d'evitar ofendre ningú, es va decidir no posar solament dues opcions com a resposta (Espanyola o xinesa), sinó que es va ampliar el ventall d'opcions i es va afegir la casella de "cultura catalana" i una quarta casella en blanc on, el o la participant podia escriure lliurement la cultura que millor l'identificava, si aquesta no apareixia entre les opcions anteriors.

D'aquesta manera, també de manera indirecta, ja que aquest no és cap dels objectius principals d'aquest estudi, hem pogut observar si, d'acord amb Hiebert (2005: 1-2) "hay valores y pensamientos que la mayoría de un país reconoce", és a dir, si, tot i que els participants són de nacionalitat estrictament espanyola³ o xinesa, realment se senten

³ Tots els participants espanyols d'aquest estudi són ciutadans de Catalunya.

identificats amb la cultura que els pertoca segons aquesta teoria de Hiebert. No només això, sinó que també ens permetrà demostrar si els models teòrics sobre comunicació intercultural existents de Hofstede, Hall i Lewis són sempre aplicables a la totalitat del país o si bé necessiten ajustar-se al perfil cultural i comunicatiu de la regió de Catalunya.

Tanmateix, un cop recollides totes les enquestes, s'ha vist que del total de 20 mostres, s'han registrat 3 respostes diferents en referència a la pregunta sobre la cultura que millor els identifica: 9 participants de cultura xinesa; 9 participants de cultura catalana; i 2 de cultura espanyola. Així doncs, només ens hem trobat amb aquest dilema sobre identificació de nació i cultura en el cas dels participants espanyols.

Per tant, partim de la idea que, a efectes d'aquest treball i segons els models teòrics dels tres autors que ens ocupen en aquest estudi, tots els participants de la recollida de dades que hagin seleccionat l'opció de cultura catalana, seran tractats com a persones de cultura espanyola, ja que, segons les teories de Hofstede, Hall i Lewis, la cultura espanyola és entesa com un tot i englobaria, doncs, la cultura catalana. Més endavant, però, a l'apartat 9 del treball, ens pararem a analitzar si els resultats demostren que això és així o si, en cas contrari, la gent que s'identifica amb la cultura catalana presenta un perfil cultural i comunicatiu que es desmarca de la cultura espanyola.

7 GRUPS DE MOSTRA

7.1 ESTUDI DE CAS: MIRPLAY

Mirplay és una empresa catalana fundada el 2002 pels germans Mir a Tona (Barcelona) que es dedica “la creació, fabricació i comercialització de mobiliari i equipament especialitzat” (Mirplay, 2019). Actualment, Mirplay té la seu central a Avinyó, a la comarca catalana del Bages. Poc a poc, l’empresa s’ha anat expandint i té presència a més de 40 països del món i compta amb oficines pròpies a Regne Unit i la Xina. Va ser l’any 2019 quan “s’inaugura la primera oficina pròpia a Àsia i es comença a produir a la Xina amb la qualitat i disseny Mirplay” (Mirplay, 2019). L’empresa treballa per tota Xina, però sobretot a la capital, Pequín, a les Províncies de Cantón i de Zhejiang, i a Shanghai, on s’hi han de desplaçar sovint membres de la direcció i des d’on hi treballen els seus treballadors xinesos destinats a la sucursal oberta el 2019.

El cas de l’empresa és, per tant, un exemple perfecte per a portar a terme un petit estudi de cas en el que es recull informació de manera anònima a través d’enquestes a alguns dels seus treballadors, tant d’Espanya com de la Xina, en les quals cada treballador comparteix les seves experiències comunicatives interculturals.

Per a la realització d’aquest petit estudi de cas, el director de l’empresa ha signat i entregat el Document de Consentiment Informat per a l’Empresa, i queda custodiat per la Universitat de Vic.

7.2 INTÈRPRET ESPANYOL/CATALÀ – XINÈS

A més de les respostes obtingudes a partir dels testimonis de treballadors i membres d’empreses, tant espanyoles com xineses, que mantenen contacte més o menys constant amb persones de la Xina o Espanya, respectivament, també s’ha considerat interessant poder comptar amb la perspectiva d’una intèrpret de nacionalitat xinesa que interpreta de i cap a l’espanyol.

Poder comptar amb el testimoni d’una intèrpret professional ens ha permès disposar d’un punt de vista més neutral i expert del tema objecte d’estudi en aquest treball, ja que, l’intèrpret, com a professional de la llengua, coneixedora d’ambdues cultures i conscient de la distància cultural que les separa, ha presenciat en primera persona moltes trobades i reunions de diferents empreses i ha observat com es comunica i es comporta la part xinesa i la part espanyola en cada cas. Així mateix, la seva experiència

i el seu bagatge professional ens ofereixen una visió molt enriquidora del xoc cultural que es produeix entre Espanya i la Xina.

Tot i només haver pogut comptar amb la participació d'una intèrpret professional, a qui se li agraeix infinitament la seva ajuda i col·laboració en aquest estudi, la informació recollida a partir de la seva mostra ha sigut de gran valor per a l'anàlisi dels resultats i l'extracció de conclusions.

En una possible continuació o ampliació d'aquest estudi, es proposa recollir dades d'una mostra més gran d'intèrprets participants per tal d'obtenir uns resultats més acurats i representatius.

7.3 PARTICIPANTS INDIVIDUALS

Finalment, s'ha decidit ampliar el nombre de participants de la mostra amb un total de 2 persones de cultura espanyola, 2 persones de cultura catalana i 6 persones de cultura xinesa que han respost també el qüestionari de manera anònima i han compartit les seves experiències personals en comunicació intercultural en l'àmbit laboral. Totes elles treballen a diferents empreses de la Xina o Espanya i, per motius diversos, es veuen obligats a comunicar-se de forma més o menys constant amb persones de cultura espanyola o xinesa, respectivament.

El fet de poder disposar d'aquestes mostres ens ha permès obtenir una informació més representativa que compregui dades de participants de diferents departaments i rangs, així com d'empreses de diferents sectors. Els participants d'aquest grup pertanyen al sector hotelier, el sector d'exportació i importació de productes alimentaris, el sector turístic i tour operadors, etc. Entre d'altres, destaquen TUI Travel Center, BeLive Hotels o Kumo Kaiseiki Restaurant.

8 ANÀLISI DE RESULTATS

Després fer el recompte i analitzar les respostes recollides en els qüestionaris que s'han conduït en aquest estudi, a continuació es presenten les principals deduccions que se'n poden extreure. Podeu consultar també la taula resum amb les estadístiques completes a l'apartat d'Annexes.

Primerament, la totalitat dels 20 participants a l'estudi afirmen que cada cop que es comuniquen amb algú de cultura xinesa/espanyola ho fan utilitzant l'anglès com a llengua franca i un 90% d'aquests mateixos participants reconeixen que han viscut situacions de malentès i/o problemes per entendre o fer-se entendre en aquests actes comunicatius interculturals.

Aquest fet ens fa pensar que la creença del miracle de l'anglès com a llengua internacional no és ben bé la resposta a tots els problemes d'aquest món plurilingüe i multicultural en el que vivim. En aquest sentit, això ens permet constatar que l'idioma no n'és l'element únic que participa de la comunicació, si no que hi ha altres aspectes igualment importants com la cultura, que s'han de tenir en compte a l'hora d'interpretar una reunió entre una empresa xinesa i una d'espanyola.

En aquest sentit, tots els participants han tornat a coincidir en una mateixa idea. De fet, el 90% creu que aquests problemes de comunicació amb els quals s'han topat són deguts a un tema no només d'idioma, sinó també de cultura, mentre que un 10% pensa que es tracta d'un problema purament cultural.

D'altra banda, pel que fa a les competències comunicatives personals, les dades recollides ens mostren resultats bastant interessants.

Per començar, tant la majoria del participants espanyols (42%) com la majoria dels participants xinesos (55%) s'han sentit identificats amb les afirmacions que descriuen un estil comunicatiu multi-actiu i reactiu, respectivament. D'acord amb aquests resultats, aquestes dades demostrarien la classificació cultural del Model Lewis. No obstant això, no podem deixar de banda que, en el cas del participants espanyols hi ha hagut un 33% que s'ha sentit més identificat amb un estil actiu lineal i un 33% dels participants xinesos ha escollit l'opció multi activa.

En segon lloc, en referència a l'expressió dels sentiments, és curiós com les dues majories de participants espanyols (67%) i xinesos (55%) han triat l'opció de l'estil actiu-lineal, és a dir, un estil on es poden expressar els sentiments però de forma moderada.

En ambdós casos, un (33%) dels participants ha considerat que està bé expressar obertament els sentiments i només 1 participant xinesa, l'intendent professional, ha assenyalat que, segons la seva experiència en interpretació, en la cultura xinesa, els sentiments s'han d'ocultar sempre. Una possible hipòtesi que expliqui aquest punt entremig en el que han coincidit ambdues cultures potser degut a que amb la progressiva globalització i internacionalització dels mercats, els espanyols han après a moderar i/o limitar la forma en la que expressen els seus sentiments i els xinesos han començat a obrir-se i ser més expressius.

Un cas semblant s'ha trobat a la pregunta sobre gestió del desacord i la confrontació. La hipòtesi inicial basada en el Model Lewis i les teories de Hofstede que es buscava demostrar era que la cultura espanyola (estil multi-actiu) expressa obertament i sense problemes disconformitat i dissentiment en una reunió de negocis sense que això es consideri un tret de mala educació; mentre que la cultura xinesa (estil reactiu) evita sempre la confrontació i no expressa disconformitat obertament, ja que això es veu com un insult o una agressió envers l'honor de l'altra part. Tanmateix, l'única participant que ha escollit aquestes opcions ha sigut la intèrpret professional i un 33% dels participants de cultura espanyola que sí que s'han sentit identificats amb l'estil multi-actiu de Lewis. Així doncs, la resta de participants, tant de cultura espanyola (67%) com una gran majoria de la cultura xinesa (89%), ha triat l'opció d'estil actiu lineal i consideren que, tot i que es pot expressar desacord en una reunió de negocis, sempre s'ha de fer amb moderació, ja que això pot ofendre o doldre a l'altra part.

Quant als torns de paraula i les interrupcions, potser és l'aspecte en que els resultats coincideixen més amb la hipòtesi inicial, ja que la majoria dels participants de cultura espanyola (67%) veuen les interrupcions i talls com quelcom molt normal en una reunió i un 33% creuen que, tot i seguir uns torns de paraula estrictes, les interrupcions i talls a altres persones es poden produir en una reunió de negocis. Mentrestant, la majoria dels participants de cultura xinesa creuen que mai o molt poques vegades es poden fer interrupcions o es pot parlar per sobre d'una altra persona.

Finalment, pel que fa al llenguatge corporal i gestual, la majoria dels participants de cultura espanyola (83%) coincideixen amb la teoria multi-activa del Model de Lewis i assenyalen que els moviments de les mans i l'expressió facial són molt importants en la comunicació. En canvi, la hipòtesi inicial sobre la cultura xinesa segons la qual el llenguatge corporal i gestual es reprimeix quasi per complet, no s'ha pogut demostrar ja

que la majoria dels participants de cultura xinesa (67%) han respost aquesta pregunta coincidint amb l'estil multi actiu.

De nou, ens sorprèn que l'intèrpret sigui l'única que hagi coincidit les seves respostes amb les teories culturals del Model de Lewis. Això ens fa pensar si, l'intèrpret, com a professional de la comunicació intercultural, coneix molt bé les dues cultures i els seus trets característics, més enllà de les realitats individuals de les persones que han respost els qüestionaris.

En general, podem dir que, més o menys, hem obtingut els resultat que esperàvem basant-nos amb les teories existents sobre comunicació intercultural de Hofstede, Lewis i Hall que hem treballat en aquest estudi. No obstant, aquests resultats també deixen entreveure un canvi en l'estil cultural i comunicatiu d'ambdues cultures en comparació amb els models plantejats anteriorment pels 3 autors ja esmentats. Per tal de poder demostrar aquesta hipòtesi, doncs, faria falta portar a terme un estudi de cas amb una mostra de participants més gran i en el qual es puguin conduir també entrevistes personals i es puguin recollir dades a partir de l'observació dels participants en una reunió. D'aquesta manera, ens assegurariem que les dades recollides serien més objectives i representatives de la realitat, ja que existeix la possibilitat que, en contestar les enquestes, els participants no siguin completament conscients del seu estil comunicatiu i, tot i que de manera involuntària, no hagin respost amb total sinceritat.

9 ESPANYA VS. CATALUNYA

Com ja s'ha indicat més amunt, no és cap dels objectius principals d'aquest treball tractar les diferències culturals en l'estil comunicatiu, si n'hi ha, entre la cultura espanyola i la cultura catalana. Tot i així, ens hem trobat que el 82% dels participants espanyols han assenyalat que es senten identificats amb la cultura catalana. Aquest fet ens ha fet plantejar si realment la cultura catalana comparteix el mateix perfil comunicatiu que la cultura espanyola en l'àmbit del comerç internacional, sempre segons els models teòrics de Hofstede, Lewis i Hall, o si, per altra banda, faria falta una nova teoria que es fes càrrec de l'estudi i observació de l'estil comunicatiu de la cultura catalana de manera independent.

Un cop analitzada la mostra de participants de cultura espanyola i catalana d'aquest estudi, no és pot confirmar ni desmentir, basant-nos únicament en les dades que hem obtingut, l'existència d'una divergència cultural que diferenciï la cultura catalana de la cultura espanyola pel que fa a l'estil comunicatiu en el món de l'empresa. No obstant això, cal recordar que tots els participants espanyols d'aquest treball són ciutadans de Catalunya, per tant, una ampliació o continuació d'aquest estudi podria incloure una mostra de participants més gran i amb representació de diferents llocs d'Espanya per tal de poder demostrar o revocar aquesta hipòtesi plantejada.

10 CONCLUSIONS

En aquest treball, s'ha portat a terme un estudi teòric i comparatiu del perfil cultural i comunicatiu d'Espanya i la Xina que es basa en els tres models culturals de Hofstede, Hall i Lewis. L'objectiu principal era analitzar les diferències culturals i comunicatives que existeixen entre Espanya i la Xina i observar, a través d'un petit estudi de cas, com aquesta distància cultural afecta negativament en la comunicació entre aquestes dues cultures en l'àmbit de l'empresa. D'aquesta manera, es busca demostrar la importància de l'element cultural en la comunicació. De fet, no només això, sinó que l'interpret professional, a més de dominar l'idioma/es en qüestió, també hauria de ser capaç d'identificar i "llegir" aquests trets culturals per tal d'evitar o suavitzar aquest xoc cultural entre les parts.

Ja a la primera part teòrica del treball, hem pogut observar com, a nivell teòric, els perfils comunicatius d'Espanya i la Xina són molt diferents en diversos aspectes, la qual cosa a priori es pot senyalar com una de les causes dels problemes de comprensió i malentesos entre les parts.

Així doncs, en aquest estudi hem buscat dues coses: evidenciar l'element cultural en la comunicació i fer veure l'important paper que pot jugar l'interpret en aquestes situacions de xoc cultural.

D'una banda, el petit estudi de cas que hem conduït ens ha permès observar aquestes diferències comunicatives i culturals que existeixen entre Espanya i la Xina. A més, també hem pogut observar com divergeixen ambdues cultures pel que fa a la gestió del desacord i la confrontació; la organització dels torns de paraula i les interrupcions, o l'expressió dels sentiments, entre d'altres.

Tots els participants han reconegut que han viscut situacions de malentès i problemes de comprensió quan es comunicaven amb algú de cultura espanyola/xinesa i també tots ells pensen que aquestes dificultats comunicatives venen donades per la distància cultural que els separa. Tanmateix, la nostra hipòtesi inicial s'ha pogut demostrar i les divergències comunicatives entre Espanya i la Xina s'han evidenciat. No obstant, com ja s'ha dit més amunt, degut en part a algunes circumstàncies personals i familiars i en part a la situació excepcional que viuen algunes empreses a causa de la pandèmia, el nombre de mostres recollides per al estudi de cas no ha sigut el que s'havia desitjat inicialment. Així per tant, una continuació o ampliació d'aquest estudi podria consistir en

un estudi de cas amb una mostra més gran i amb uns mètodes de recollida de dades que ens permetessin obtenir més informació, com per exemple, mitjançant entrevistes als participants o l'observació i presa de notes en una reunió de negocis entre Espanya i la Xina.

D'altra banda, un altre punt que ha sorgit a partir de l'anàlisi dels resultats de les enquestes és el tema de la llengua franca. És a dir, el 100% dels participants han indicat que utilitzen l'anglès com a idioma vehicular per comunicar-se amb persones d'Espanya/Xina i només el 20% utilitza a vegades els serveis d'un intèrpret per comunicar-se en aquestes reunions de negocis. Això ens ha fet reflexionar i després de rumiar-ho bé, hem arribat a dues consideracions que es poden prendre com a punts de partida o hipòtesis per a més estudis sobre aquest tema. L'anglès com a *lingua franca* o idioma internacional potser no és tan miraculosa com pensàvem i no és suficient per comunicar-se en el món dels negocis i del comerç internacional sense que un malentès o una ofensa involuntària per desconeixença de la cultura tiri a terra un contracte o tot un projecte degut a un problema de comunicació intercultural durant les negociacions.

Potser això pugui servir per crear consciència sobre el paper tan útil i essencial que juguen els intèrprets professionals, així com també per conscienciar a les empreses i/o possibles clients i acabar així amb l'intrusisme laboral en el món de la interpretació. No només es tracta de contractar algú que domini l'idioma, sinó que la formació i expertesa d'un intèrpret va molt més enllà del coneixement de la llengua. Es tracta d'un intermediari lingüístic i d'un mediador i assessor cultural que pot ajudar abans, durant i després de la interpretació.

11 REFERÈNCIES

- AFS Intercultural Programs (2021). Aportes de Edward T. Hall...para amigos de AFS. Recuperat de <https://d22dvi4pfop3.cloudfront.net/wp-content/uploads/sites/27/2019/02/13110951/ContributionsofEdwardTHallforFriendsofAFSES.pdf>
- Alami, Z. (2020, gener 16). ¿Qué es el Guanxi y por qué es necesario para comerciar en China?. *Internacionalmente*. Recuperat de <https://internacionalmente.com/que-es-el-guanxi/#:~:text=Est%C3%A1%20manera%20de%20comerciar%20en,relaciones%E2%80%9D%20o%20%E2%80%9Cconexiones%E2%80%9D>.
- Arjona, M. (2021, abril 29). El guanxi y su importancia comercial en China. *Revista Digital Inesem*. Recuperat de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/guanxi/>
- Aubert, P. (2002). *Religión y Sociedad en España (siglos XIX y XX)*. Madrid: Casa de Velázquez. Recuperat de <https://books.openedition.org/cvz/2743?lang=es>
- Barrera Luna, R. (2013, febrer 15). El concepto de Cultura: definicions, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria*, 343. Recuperat de <http://www.claseshistoria.com/revista/2013/articulos/barrera-concepto-cultura.html>
- Bladé, T. (2014). El moviment independentista català, més enllà de la identitat i els càlculs econòmics. *Anuari de Conflict Social*, num. 4, p. 295-426. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5103406>
- Cecogrup (2018). *Protocolo en China. Todo lo que debes saber*. Recuperat de <https://cecogrup.com/protocolo-china-lo-debes-saber/>
- Crossculture: know culture for better business. (2021). *The Lewis Model*. Recuperat de <https://www.crossculture.com/about-us/the-model/>

- Durán Mena, C. (2018, març 28). El model de seis dimensiones de la cultura. *Forbes*. Recuperat 28 juliol 2021, de <https://www.forbes.com.mx/el-modelo-de-seis-dimensiones-de-la-cultura/>
- Europa Press (2014). *Mapa de los movimientos independentistas en el mundo*. Recuperat de <https://www.europapress.es/internacional/noticia-mapa-movimientos-independentistas-mundo-20141109081414.html>
- Fernández, A. (2018, febrer 12). China: el gigante asiático. *La Vanguardia*. Recuperat de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180212/44628071958/china-gigante-asiatico.html>
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gobierno de España: Ministerio de Exteriores. (2020, octubre). Oficina de Información Diplomática. Ficha País: China. República Popular (de) China. Recuperat de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf
- Gobierno de España. (2021). *Lenguas Cooficiales en España*. Recuperat de <http://www.mptfp.es/portal/politica-territorial/autonomica/Lenguas-cooficiales.html>
- Gómez Pellón, E. (2007). *Introducción a la Antropología Social y Cultural. Tema 2: El Concepto de Cultura* [Apunts acadèmics]. Universidad de Cantabria. Recuperat de https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf
- Hiebert, L. (2005). *La comunicación intercultural: Las herramientas para una comunicación eficaz* (Treball fi de master, Universitat de Dalarna, Suècia). Recuperat de <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:518099/FULLTEXT01.pdf>
- Hofstede Insights. (2021). *Country Comparison Tool*. Recuperat de <https://www.hofstede-insights.com/>

- Infoamérica: Observatorio de la Libertad de Prensa en América Latina. (2021).
Edward T. Hall. Recuperat de
https://www.infoamerica.org/teoria/hall_e1.htm
- Jiménez, V. (2012). *El concepto de "Cultura" en el siglo XVIII* (Treball acadèmic, Universitat de Granada, Espanya). Recuperat de
<https://www.ugr.es/~inveliteraria/PDF/CULTURA.pdf>
- Juárez, A.; Sancho, A.; Gutiérrez, C. (2011). Cultural differences and interferences between China and Spain in the tourism industry. En *The Second International Conference on Tourism between China -Spain*. Recuperat de
<https://www.uv.es/~sancho/Cultural%20Differences%20between%20China%20and%20Spain%20in%20the%20Tourism%20Industry.pdf>
- Lubin, G. (2013, setembre 6). The Lewis Model Explains Every Culture in the World. *Insider*. Recuperat de <https://www.businessinsider.com/the-lewis-model-2013-9>
- MarketMeChina. (2014, gener 27). *What Geerte Hofstede tells us about Chinese business culture*. Recuperat de <https://www.marketmechina.com/geert-hofstede-tells-us-chinese-business-culture/>
- Martos, A. (2016, octubre 14). Comunicación no verbal: El poder depende de las distancias y la cultura. *20 minutos*. Recuperat de <https://blogs.20minutos.es/comunicacion-no-verbal-lo-que-no-nos-cuentan/tag/cultura-de-alto-contexto/>
- Moraga, J. (2015). *La inmigración china en España. Capital social y estructuras de reciprocidad: "Jia" (familias), "Guanxi" (relaciones) y "Mianzi" (cara)* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid). Recuperat de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/29398/1/T35934.pdf>
- Promotora Española de Lingüística (2013). *Lengua China*. Recuperat de <http://www.proel.org/index.php?pagina=mundo/sino/chino>
- Sarli, C.; Shiaffi, B. (2010). El Separatismo en la República Popular China. El caso de los Uigures en Xinkiang. *V Congreso de Relaciones Internacionales*. Recuperat de

https://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/IRI%20COMPLETO%20-%20Publicaciones-V05/Publicaciones/cd%20V%20congreso/ponencias/0%20Sarli_Schiaffi_El%20separatismo%20en%20la%20Rep%20Ablica%20Popular.pdf

Vita, A. (2017, abril 24). Modelos Culturales de Hall y Hofstede. Sus 2 y 5 dimensiones culturales [Entrada blog] Recuperat de <https://manuelgross.blogspot.com/2017/03/modelos-culturales-de-hall-y-hofstede.html>

Youlan, F. (1989). *Breve historia de la filosofía china*. Pequín: Ediciones en lenguas extranjeras. 1a ed.

Wellros, S. (1998). *Sprak, kultur och social identitet*. Londres: Studentlitteratur.

12 ANNEXES

12.1 ANNEX 1: MODEL QÜESTIONARI PER A PARTICIPANTS

QÜESTIONARI SOBRE COMPETÈNCIES COMUNICATIVES PERSONALS I INTERCULTURALS

Responen les preguntes següents d'acord amb la vostra experiència comunicativa amb la cultura xinesa/espanyola.

1. Si haguéssiu de triar, amb quina cultural us sentiu més identificats? Quina creieu que us defineix millor?

- a. Xinesa
- b. Espanyola
- c. Catalana
- d. Una altra

2. Us comuniqueu sovint amb algú de cultura xinesa/espanyola?

- a. Sí
- b. No

3. En general, considereu que existeix un xoc cultural quan una persona catalana/espanyola es comunica amb una persona xinesa?

- a. Sí
- b. No

4. Quan us heu de comunicar amb algú de la Xina per motius de feina, utilitzeu els serveis d'un intèrpret lingüístic?

- a. Sí
- b. No

5. Amb o sense el servei d'un intèrpret, en quin idioma us comuniqueu amb una persona xinesa/espanyola?

- a. Català
- b. Castellà
- c. Anglès
- d. Xinès

6. Quin canal de comunicació utilitzeu?

- a. Per telèfon
- b. Videoconferència
- c. Correu electrònic
- d. Altres.....

7. Heu viscut mai situacions de malentès o problemes per entendre o fer-vos entendre amb algú de cultura xinesa?

- a. Sí
- b. No

8. Creieu que aquests problemes de comunicació es deuen a l'idioma o a un tema cultural?

- a. Idioma
- b. Tema cultural
- c. Ambdues coses

Responen les preguntes següents tenint en compte la **vostra** competència comunicativa personal.

En una reunió de feina, quina de les afirmacions següents descriu millor el vostre estil comunicatiu?

9. Estil comunicatiu:

- a. S'utilitza un estil directe i sincer on està bé expressar les emocions obertament.
- b. S'utilitza un estil directe i sincer on hi predominen les bones maneres i el respecte per l'altra part i es reprimeixen parcialment les emocions.
- c. S'utilitza un estil indirecte on es reprimeixen les emocions per tal de mantenir les bones maneres i el respecte per l'altre part.

10. Expressió dels sentiments:

- a. Està bé expressar obertament els sentiments.
- b. Es poden expressar els sentiments però de forma moderada.
- c. Els sentiments s'han d'ocultar sempre.

11. Gestió del desacord i la confrontació.

- a. En cas de desacord, es pot expressar disconformitat i dissentiment obertament, ja que això no és de mala educació i les discrepàncies formen part de les reunions de feina, on tothom hi pot dir la seva opinió.
- b. En cas de desacord, es pot expressar disconformitat, però sempre d'acord amb la lògica i moderació, ja que l'altra part es pot sentir ofesa o dolguda.
- c. En cas de desacord, s'ha d'evitar sempre la confrontació i no es pot expressar disconformitat, ja que això suposa un insult envers el seu honor.

12. Torns de paraula i interrupcions.

- a. En general, es segueixen i respecten uns torns de paraula ordenats, tot i que es permeten i està ben vist fer interrupcions i/o parlar per sobre d'una altra persona mentre s'està debatent sobre un tema.
- b. Es segueixen uns torns de paraula estrictes i ordenats i molt poques vegades es fan interrupcions o talls a altres persones.
- c. Es segueixen uns torns de paraula estrictes i ordenats i mai es fan interrupcions ni es parla per sobre d'una altra persona.

13. Llenguatge corporal.

- a. El llenguatge corporal y gestual, els moviments de les mans i la expressió facial són molt importants i s'utilitzen per ajudar a complementar la comunicació verbal.
- b. El llenguatge corporal y gestual, els moviments de les mans i la expressió facial són limitats i amesurats.
- c. El llenguatge corporal y gestual, els moviments de les mans i la expressió facial es reprimeixen quasi per complet.

12.2 ANNEX 2: MODEL QÜESTINARI PER A INTÈRPRETS

CUESTIONARIO SOBRE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS INTERCULTURALES ENTRE LAS CULTURAS ESPAÑOLA Y CHINA

Por favor, responda a las siguientes preguntas basándose en su experiencia personal como intérprete y su conocimiento de las culturas española y china.

1. Si tuviera que escoger, ¿cuál de estas culturas le describe mejor? ¿Con cuál se siente más identificado/a?

- a. China
- b. Española
- c. Catalana
- d. Otra

2. ¿En general, considera que existe un choque cultural cuando se produce un acto comunicativo entre personas de cultura española y personas de cultura china?

- a. Sí
- b. No

3. ¿Ha vivido situaciones de malentendido o problemas de comprensión entre las partes cuando realiza interpretaciones español <-> chino?

- a. Sí
- b. No

4. ¿Considera que dichos problemas de comprensión se deben a un tema del idioma o la distancia cultural?

- a. Idioma
- b. Distancia cultural
- c. Ambos

Por favor, responda a las siguientes preguntas teniendo en cuenta su experiencia como intérpretes y su conocimiento de las culturas española y china.

En una reunión o un encuentro de trabajo, cuál de las afirmaciones siguientes describe mejor el estilo comunicativo de la cultura española y china.

5. Estilo comunicativo de la cultura **española**:

- a. Se utiliza un estilo directo y sincero donde esta bien expresar las emociones abiertamente.
- b. Se utiliza un estilo directo y sincero donde predominan las buenas maneras y el respeto hacia la otra parte y se reprimen parcialmente las emociones.
- c. Se utiliza un estilo indirecto donde se reprimen las emociones para así mantener las buenas maneras y el respeto hacia la otra parte.

6. Estilo comunicativo de la cultura **china**:

- a. Se utiliza un estilo directo y sincero donde esta bien expresar las emociones abiertamente.
- b. Se utiliza un estilo directo y sincero donde predominan las buenas maneras y el respeto hacia la otra parte y se reprimen parcialmente las emociones.
- c. Se utiliza un estilo indirecto donde se reprimen las emociones para así mantener las buenas maneras y el respeto hacia la otra parte.

7. Expresión de los sentimientos en la cultura **española**:

- a. Está bien expresar abiertamente los sentimientos.
- b. Se pueden expresar los sentimientos, pero de forma moderada.
- c. Los sentimientos se tienen que ocultar siempre.

8. Expresión de los sentimientos en la cultura **china**:

- a. Está bien expresar abiertamente los sentimientos.
- b. Se pueden expresar los sentimientos, pero de forma moderada.
- c. Los sentimientos se tienen que ocultar siempre.

9. Gestión del desacuerdo y la confrontación en la cultura **española**.

- a. En caso de desacuerdo, se puede expresar disconformidad y disentimiento abiertamente, ya que esto no se considera de mala educación y las discrepancias forman parte de las reuniones de negocios, donde todo el mundo puede dar su opinión.
- b. En caso de desacuerdo, se puede expresar disconformidad, pero siempre de acuerdo con la lógica y la moderación, ya que la otra parte se puede sentir ofendida y/o dolida.
- c. En caso de desacuerdo, se tiene que evitar siempre la confrontación y no se puede expresar disconformidad, ya que esto supone un insulto hacia su honor.

10. Gestión del desacuerdo y la confrontación en la cultura **china**.

- a. En caso de desacuerdo, se puede expresar disconformidad y disentimiento abiertamente, ya que esto no se considera de mala educación y las discrepancias forman parte de las reuniones de negocios, donde todo el mundo puede dar su opinión.
- b. En caso de desacuerdo, se puede expresar disconformidad, pero siempre de acuerdo con la lógica y la moderación, ya que la otra parte se puede sentir ofendida y/o dolida.
- c. En caso de desacuerdo, se tiene que evitar siempre la confrontación y no se puede expresar disconformidad, ya que esto supone un insulto hacia su honor.

11. Turnos de palabra e interrupciones en la cultura **española**.

- a. En general, se siguen y respetan unos turnos de palabra ordenados, aunque se permiten y están bien vistas las interrupciones y/o hablar por encima de otra persona mientras se está debatiendo sobre un tema.
- b. Se siguen unos turnos de palabra estrictos y ordenados, y muy pocas veces se producen interrupciones o cortes a otras personas.
- c. Se siguen unos turnos de palabra estrictos y ordenados y nunca se producen interrupciones ni se habla por encima de otra persona. Es muy importante escuchar con atención.

12. Turnos de palabra e interrupciones en la cultura **china**.

- a. En general, se siguen y respetan unos turnos de palabra ordenados, aunque se permiten y están bien vistas las interrupciones y/o hablar por encima de otra persona mientras se está debatiendo sobre un tema.
- b. Se siguen unos turnos de palabra estrictos y ordenados, y muy pocas veces se producen interrupciones o cortes a otras personas.
- c. Se siguen unos turnos de palabra estrictos y ordenados y nunca se producen interrupciones ni se habla por encima de otra persona. Es muy importante escuchar con atención.

13. Lenguaje corporal en la cultura **española**.

- a. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial son muy importantes y se utilizan para ayudar a complementar la comunicación verbal.
- b. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial son limitados y mesurados.
- c. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial se reprimen casi por completo.

14. Lenguaje corporal en la cultura **china**.

- a. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial son muy importantes y se utilizan para ayudar a complementar la comunicación verbal.
- b. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial son limitados y mesurados.
- c. El lenguaje corporal y gestual, los movimientos de las manos y la expresión facial se reprimen casi por completo.

12.3 ANNEX 3: TAULA RESUM DE RESULTATS I ESTADÍSTIQUES

PREGUNTA	OPCION RESPOSTA	DE	CULTURA ESPANYOLA	CULTURA XINESA
Existeix un xoc cultural entre Espanya i Xina?	SÍ		11 (100%)	5 (56%)
	NO		0	4 (44%)
Utilitzeu els serveis d'un intèrpret per comunicar-vos amb una part xinesa/espanyola?	SÍ		1 (9%)	3 (33%)
	NO		10 (91%)	6 (67%)
Quin idioma utilitzeu per comunicar-vos amb una part xinesa/espanyola?	ANGLÈS		11 (100%)	9 (100%)
	ESPANYOL		0	0
	CATALÀ		0	0
	UN ALTRE		0	0
Quin canal de comunicació utilitzeu per comunicar-vos?	TELÈFON		2 (18%)	1 (11%)
	VIDEOCONFERÈNCIA		1 (9%)	0
	CORREU ELECTRÒNIC		4 (37%)	2 (22%)
	CARA A CARA		3 (27%)	4 (45%)
	TOTES LES ANTERIOR		1 (9%)	2 (22%)
Heu viscut mai situacions de malentès i/o problemes per entendre o fer-vos entendre amb algú de cultura xinesa/espanyola?	SÍ		9 (82%)	9 (100%)
	NO		2 (18%)	0
Creieu que aquests problemes es deuen a l'idioma o a un tema cultural?	IDIOMA		0	0
	TEMA CULTURAL		2 (18%)	0
	AMBDUES COSES		9 (82%)	9 (100%)
Estil comunicatiu en general	Multi actiu		5 (42%)	3 (33%)
	Actiu lineal		4 (33%)	1 (12%)
	Reactiu		3 (25%)	5 (55%)
Expressió dels sentiments	Multi actiu		4 (33%)	3 (33%)
	Actiu lineal		8 (67%)	5 (55%)
	Reactiu		0	1 (12%)
Gestió del desacord i la confrontació	Multi actiu		4 (33%)	0
	Actiu lineal		8 (67%)	8 (89%)
	Reactiu		0	1 (11%)
Torns de paraula i interrupcions	Multi actiu		8 (67%)	1 (12%)
	Actiu lineal		4 (33%)	5 (55%)
	Reactiu		0	3 (33%)
Llenguatge corporal	Multi actiu		10 (83%)	6 (67%)
	Actiu lineal		2 (17%)	1 (11%)
	Reactiu		0	2 (22%)