

La cultura china según el concepto de comunicación

Chinese culture according to the concept of communication

Autor
Manuel Duarte João
Pires
Universidade de Sun
Yat-sen (China)
Código ORCID
0000 0002 1242 5319

Resumen

El objetivo de este artículo es contribuir a la comprensión de los valores de la cultura china, teniendo como punto de partida el concepto de comunicación y las perspectivas teóricas desarrolladas por diferentes autores asiáticos. Este análisis teórico de la cultura y la comunicación chinas se complementa con interpretaciones y referencias prácticas basadas en la experiencia empírica de vivir e interactuar en la sociedad china durante la última década. De esta manera, esta investigación pretende transmitir otra mirada, o una mirada desde el otro, sobre la cultura china para desconstruir el desconocimiento que aún existe sobre las particularidades intrínsecas de la cultura y la sociedad chinas. El desarrollo de conocimientos y habilidades interculturales es fundamental no solo para comprender los problemas sociales y culturales sin un enfoque apriorístico o estereotipado, sino también para un diálogo saludable entre las personas y los pueblos, tan urgente hoy.

Palabras clave: Cultura china, comunicación, libertad, armonía.

Abstract

This article aims to contribute to the understanding of the values of Chinese culture, having as a starting point the concept of communication and the theoretical perspectives developed by different Asian authors. This theoretical analysis of Chinese culture and communication is complemented with interpretations and practical references based on the empirical experience of living and interacting in Chinese society over the last decade. In this way, this research intends to convey another view, or a view from the other, on Chinese culture to deconstruct the lack of knowledge that still exists about the intrinsic particularities of Chinese culture and society. The development of intercultural knowledge and skills is essential not only for understanding social and cultural issues without an a priori or stereotyped approach but also for the productive dialogue between individuals and nations, so urgent today.

Keywords: Chinese culture, communication, freedom, harmony.

Introducción

China asume un papel cada vez más destacado como país influyente en la geoestrategia global, pero aún existe un desconocimiento sobre los valores (ancestrales) de la cultura china. Desde la perspectiva de Jullien (2009; 2010) conocer al Otro es humanizar y ampliar la moral, restableciendo la posibilidad de su refundación y permitiendo la búsqueda de una moral que admita la crítica de la sospecha, porque para conocer al Otro es necesario salir de la indiferencia mutua y realizar un cambio de enfoque que incite a pensar. El presente trabajo pretende promover el diálogo y el entendimiento, ya que China, como destaca Jullien (2010), representa un caso particularmente tipificado y con una fuerte externalidad con relación a la cultura europea debido a que los occidentales muchas veces no comprenden las opiniones de los orientales. Dado que la interculturalidad es actualmente un imperativo de la forma de vida en el mundo actual y China apuesta por establecer relaciones de diversa índole a nivel global, especialmente a nivel económico y diplomático, este artículo pretende esclarecer algunas particularidades de la cultura china y contribuir al entendimiento e interacción entre China y otros países, dirigiéndose a todos los que interactúan o pretenden interactuar con la cultura china. Para ello, se analizarán diferentes perspectivas teóricas, respecto a la sociedad china, a partir de estudios de autores asiáticos que abordan los conceptos de comunicación y cultura desde un punto de vista asiático. Al mismo tiempo, también presentamos algunos ejemplos empíricos o prácticos resultantes de la convivencia del autor en la sociedad china durante la última década, motivada por el papel de lector de portugués en este país asiático.

En convergencia con las palabras de Hall (1959) defendiendo que las culturas ocultan mucho más de lo que revelan, este trabajo se propone analizar diferentes interpretaciones teóricas sobre la cultura china en referencia al concepto de comunicación en la cultura china, con el fin de contribuir al conocimiento de la cultura china y por el consiguiente, desarrollo de competencias interculturales en el diálogo con este país asiático. El desarrollo de conocimientos y habilidades interculturales es fundamental para conocer la cultura china sin un enfoque a priori o estereotipado (Kulich & Wang, 2015). El conocimiento intercultural permite el enriquecimiento mutuo de todas las culturas presentes y favorece la acción y la interacción a favor del respeto y la promoción de la diversidad. La convivencia armoniosa entre ciudadanos y culturas de un mundo en constante conflicto no se puede generar si no es a través de la aceptación, la comprensión y el espíritu de apertura y empatía al que pretende contribuir esta investigación.

Tomando como punto de partida las “cinco proposiciones interconectadas que en conjunto componen un retrato asiático-céntrico de la humanidad y la comunicación” (Miike, 2012, p. 71), se expondrán algunas características básicas a través de las cuales debe interpretarse el concepto de comunicación desde el punto de vista asiático.

La comunicación como proceso de interdependencia e interrelación del universo

La cultura china concibe que nada ni nadie en el universo vive en aislamiento, por lo que la comunicación es un proceso en el que las personas forman parte de una red de relaciones en el tiempo y el espacio en constante expansión. La cosmovisión asiática presupone una comunicación constante con la familia humana, la naturaleza e incluso lo sobrenatural o mundo de los espíritus, algo que se puede apreciar en la importancia que la cultura china atribuye a sus ancestros y cómo las acciones de cada miembro de la comunidad pueden marcar una familia o perdurar más allá de la existencia física.

Para Chang (2007), en la filosofía y cultura china, las relaciones y la armonía son la clave para entender la comunicación. Si bien la interdependencia de las relaciones es comunicación en proceso, la armonía es el objetivo final de la comunicación asiática que aboga por un estado armonioso de las relaciones humanas. La interdependencia de las relaciones sociales también ayuda a explicar el importante concepto de rostro en la cultura china.

Para Chang (2008) no existe un concepto individualizado de rostro u honor en la cultura china porque no se puede interpretar al individuo como unidad de análisis; más bien, debemos examinar a los individuos

como parte del proceso de interrelaciones humanas. El autor pone el ejemplo de alguien que, después de emigrar de su pueblo, regresa sin haber podido aspirar al éxito personal o profesional. Por esta razón, ese individuo pierde el rostro al igual que los miembros de su familia y todos los demás miembros de esa comunidad. Como tal, el concepto de rostro es comunal y moral porque las acciones del individuo no le conciernen exclusivamente a él, sino a todo su grupo o comunidad. Así, Chang define la comunicación interpersonal china como un juego de interrelaciones que sufre cambios a lo largo del tiempo. El autor ejemplifica estos cambios constantes en los valores tradicionales con la relación entre padres e hijos en las familias chinas en las que los padres no se presentan como figuras de autoridad incuestionables, mostrando actualmente más interés y apertura en escuchar y comprender a sus hijos.

Para Jia y Huang (2008, p. 145) la visión de la individualidad, es decir, el “yo” en la cultura china, difiere de la visión occidental, ya que se conceptualiza básicamente en relación con los demás. La existencia humana es social, relacional e interdependiente, por lo que la expresión de la individualidad está íntimamente ligada a las relaciones y no al aislamiento. Los asiáticos buscan relaciones armoniosas porque el ser humano es percibido como un ser social, profundamente arraigado en redes de relación como aspecto fundamental de la individualidad.

Como ejemplo del valor otorgado a esta existencia relacional, podemos referirnos a las diferencias en la forma de hacer negocios entre China y los países occidentales. Mientras que en los países occidentales los negocios pueden darse directamente en la primera reunión, los empresarios chinos consideran descortés este procedimiento porque los primeros contactos son para establecer relaciones cordiales y solo después se discuten valores y se concretan acuerdos. Los tratos más importantes no pueden tener lugar hasta que las relaciones sean sólidas. A menudo, a los empresarios chinos les gusta presentar a los miembros de la familia e involucrar a sus familias en las primeras reuniones para establecer relaciones cercanas y de confianza. Los negocios no representan actos aislados con vistas a la consecución de un fin determinado, sino que forman parte de un proceso relacional consolidado y de largo plazo. En este contexto, los acuerdos escritos son secundarios al valor de la palabra y las relaciones entre las partes, establecidas para ser duraderas. Según Fang (2014, p. 8), debido a la comunicación interrelacional, a lo largo de su historia China ha sido gobernada por las reglas de los hombres (gobernado por el hombre), en lugar de las reglas dictadas por las leyes legales (gobernado por la ley). La sociedad china se ha gobernado tradicionalmente por las leyes de los hombres en lugar de la primacía de la ley o el estado de derecho. En este sentido, las leyes son vistas como algo que debe eludirse o adaptarse a los designios de los hombres, razón por la cual el legalismo nunca ha jugado un papel importante en la sociedad. Sin embargo, con el desarrollo económico y la apertura de China al exterior en las últimas décadas, ha surgido la necesidad de establecer marcos legales para los diferentes ámbitos de la vida en sociedad. Estos cambios, por ejemplo, han afectado la forma en que la sociedad china ve a los abogados. Los abogados se consideraban innecesarios o prescindibles hasta el período de la Revolución Cultural, pero ahora son muy valorados ya que las empresas chinas necesitan expertos legales para celebrar contratos comerciales y realizar negocios internacionales. En muchas circunstancias, la fuerza de las relaciones interpersonales y el valor de la palabra dada (contrato verbal) sigue siendo de suma importancia en la cultura china.

La comunicación como proceso por el cual se reduce la individualidad y el egocentrismo

En la cultura china, la individualidad contrasta con el concepto occidental donde la comunicación se entiende como un proceso mediante el cual se refuerza la autoestima o los intereses personales. Por el lado relacional e interdependiente, según las enseñanzas de Confucio, la comunicación debe servir para reducir la individualidad y el egocentrismo a través de la autodisciplina, la discreción y el desarrollo personal. Esta reducción de la individualidad está ligada a la primera dimensión antes mencionada de la comunicación orientada a la relación de interdependencia con los demás. Por ello Chang (2008, p. 299) explica que mientras la comunicación interpersonal para los occidentales es racional y se basa en las particularidades de cada individuo (orientada a sí mismo), en la cultura china es emocional y basada en las relaciones con los demás (orientada al otro).

Según Jia y Huang (2008) en la cultura china para establecer relaciones armoniosas es importante ser flexible y comprometido, lo que conduce a un estilo indirecto en la interacción interpersonal. Jia y Huang dan el ejemplo de individuos norteamericanos que, guiados por su individualidad (orientados a sí mismos), interpretan la inhibición de la expresión individual como un problema o un obstáculo para una comunicación franca y más directa. Por otro lado, los chinos son particularmente sensibles a lo que deben decir y cómo decirlo en las diferentes relaciones interpersonales para proteger su propio rostro y el rostro de su grupo. Los demás en la interacción social son más importantes que la propia individualidad, por lo que lo que alguien dice es a menudo “menos importante que quién se lo dice a quién y cómo se lo dice” (p. 146). Jia y Huang refuerzan la importancia del lado relacional y colectivo de la individualidad en la cultura china, afirmando que establecer armonía y buenas relaciones son el principal objetivo de la realización personal. La importancia de los demás en relación con la individualidad es visible, por ejemplo, en la forma en que los estudiantes chinos hablan sobre sus opciones de carrera académica. Cuando se les pregunta sobre el motivo por el cual eligieron la carrera a la que asisten, es común que comiencen la respuesta con: “mis padres consideraron que...”. No solo de su carrera, sino también de otros aspectos de su vida, como sus motivaciones para estudiar portugués, la elección del país para un programa de intercambio o el área profesional en la que pretende trabajar en el futuro. Por lo general, sus respuestas expresan siempre la opinión de los padres, y sus motivaciones u opiniones individuales suelen ser poco claras (Pires, 2021).

Otro ejemplo del importante papel de la individualidad en la cultura china está presente en la forma en que se espera que los trabajadores desempeñen sus funciones (Jiang & Yang, 2011; Kang, 2014). En algunas sociedades se interpreta positivamente que los trabajadores tienen capacidades de autonomía, anticipación y resolución de problemas, mientras que la cultura china recomienda que un trabajador cumpla estrictamente con lo que se le pide. Tomar decisiones o iniciativas por cuenta propia es visto como una extrapolación de su individualidad, una actitud elevada que no tiene en cuenta la jerarquía ni su posición definida dentro de una determinada estructura u organización. Esta reducción u omisión de la individualidad a favor de lo colectivo es parte de una sociedad donde el espíritu colectivo es imperativo y prioritario en detrimento de la voluntad individual. En las culturas colectivistas, las personas son interdependientes dentro de sus grupos y definen su comportamiento en función de las normas del grupo (Triandis, 2001). Este colectivismo conduce a una mayor aceptación de las formas de poder ejercidas por los superiores y de la autoridad formal. Las acciones de las personas también están más restringidas por normas colectivas que privilegian comportamientos de moderación y discreción y evitan la expresión efusiva de deseos y emociones individuales. Este ideal colectivo puede explicar la idea de discreción y moderación normalmente asociada a algunas sociedades asiáticas. Por ejemplo, en China incluso las fechas y direcciones se presentan de lo general a lo particular, siguiendo, respectivamente, el formato año, mes, día o país, ciudad y calle.

La comunicación como proceso ligado a los sentidos y sentimientos de todos los seres

Las características de la comunicación en la cultura china están profundamente interrelacionadas, por lo que la inhibición de la individualidad también está intrínsecamente ligada a la sensibilidad y orientación hacia los demás. La sensibilidad a los sentimientos de los conciudadanos es de gran importancia. Los sentimientos y las emociones son cualidades iguales o incluso más valoradas que la razón en la comprensión asiática de la comunicación y la humanidad. La sensibilidad más que la racionalidad es una característica de la humanidad, pues a través de los sentidos y sentimientos el ser humano realiza su existencia en relación con los demás seres del universo. Así, la visión asiática no favorece la comunicación centrada en la expresión de la afectividad de los hablantes, sino que recomienda la moderación o reserva en la expresión de las emociones para proteger los sentimientos de los demás. En la interacción, los receptores del mensaje deben interpretar o leer la “dinámica emocional de quien envía los mensajes porque para ser comunicativamente activo en la perspectiva asiática es necesario ser perceptivo, receptivo e introspectivo” (Miike, 2012, p. 73).

Esta orientación hacia los demás se relaciona con la cuestión de si ser indirecto o implícito en la

comunicación. Wang (2008) afirma que algunas culturas, como la china, tienden a utilizar un lenguaje indirecto, no conflictivo y vago, confiando en las habilidades del oyente o del lector para captar el significado del contexto. Por otro lado, otras culturas practican un enfoque más directo, explícito y de confrontación para garantizar que el oyente reciba el mensaje exactamente como fue enviado. En su estudio de situaciones de interacción entre las comunidades inglesa y china en Hong Kong, Wang aborda la tendencia a evitar decir explícitamente “no” por parte de los interlocutores chinos. Entre los diversos ejemplos mostrados, Wang habla del caso de un ciudadano inglés que está concertando una cita con un ciudadano chino en una fecha en la que este último ya tiene agendadas cosas importantes y no quiere que la cita se programe para ese día. Sin embargo, para no herir la sensibilidad o decepcionar al interlocutor, el ciudadano chino nunca dice explícitamente que no está disponible, sino que hace declaraciones implícitas esperando que su mensaje sea entendido, como: mis hijos van a hacer una presentación y me gustaría pasar más tiempo con ellos. Como el interlocutor inglés no entiende estas razones lo suficientemente explícitas como para cambiar o cancelar la reunión, terminó siendo programada para esa misma (inconveniente) fecha.

En la interacción, los significados de los mensajes son reconocidos y construidos en conjunto por el emisor y el receptor, dependiendo de cada contexto o situación. La comunicación indirecta contribuye a la construcción continua de contexto a medida que avanza la conversación y esta construcción de contexto ayuda a las inferencias del receptor. El significado del mensaje del emisor, “oculto en el nivel literal, es entendido por el receptor a través del proceso de inferencia” (Cheng & Warren, 2003, p. 397). La comunicación implícita revela la intención del hablante de forma vaga e indirecta, es decir, sugerida, subestimada o incluso no verbalizada. A menudo, la intención del hablante solo puede entenderse a través de la intuición “construida a través de años de contacto personal” (Jia & Huang, 2008, p.137), mientras que la comunicación explícita revela la intención del hablante clara y verbalmente. Según Jia y Huang, el hablante implícito evita verbalizar directamente su intención. Por tanto, en el caso chino, la comunicación está orientada al oyente, ya que el oyente es el encargado de discernir el significado a través de la intuición del hablante o referencias contextuales. La comunicación implícita e indirecta es una de las principales dificultades en la comunicación porque a menudo se necesita tiempo para entender esta forma un tanto inductiva e intuitiva de comunicarse. Algunos autores abordan estas brechas de comunicación intercultural afirmando que los occidentales a veces ven a los asiáticos como deshonestos o poco confiables debido a esta forma indirecta o implícita, mientras que los asiáticos interpretan las formas explícitas de comunicación como un signo de rudeza, infantilismo o insolencia (Jia & Huang, 2008).

Con base en la experiencia empírica, es común ver la dificultad de decir “no” a los ciudadanos chinos. Cuando la respuesta a una petición o solicitud es negativa, muchas veces optan simplemente por no responder o permanecer en silencio para no tener que dar una respuesta explícitamente negativa. Si alguien insiste en obtener la respuesta, los chinos optan por formas vagas como “a ver si es posible” o un más explícito “no soy muy optimista con este asunto”.

Una situación paradigmática de esta sensibilidad en relación con las emociones de los demás y la tendencia a una forma indirecta e inhibidora de expresión de la individualidad que a veces confunde a los interlocutores occidentales es el valor que la cultura china otorga al silencio o la contención en la expresión verbal. La cultura china valora las conversaciones concisas y el silencio, ya que el silencio es un medio para mantener el control social y la armonía en las relaciones humanas. Hay varios proverbios chinos que recomiendan moderación en la expresión verbal y advierten contra la inmoralidad de hablar en exceso, como “debemos usar nuestros ojos y oídos, no nuestra boca”. A los niños chinos se les enseña a abstenerse de usar palabras porque se considera que la persona más sabia y confiable es la que habla menos, pero escucha, observa y restringe su comunicación verbal. En chino, la comunicación es responsabilidad del oyente o receptor y no un idioma del que sea responsable el hablante o emisor, como es el caso del inglés. Así, se espera que el oyente construya el significado del mensaje a partir de su relación con el hablante, ya que la comunicación es un proceso interdependiente, tanto hablante como oyente son participantes activos que crean significados juntos.

En la enseñanza de lenguas extranjeras en China, uno de los temas más recurrentes en la literatura que analiza el aprendizaje de los estudiantes chinos está relacionado con los vacíos y dificultades que encuentran en cuanto a la producción oral. Sin embargo, muchas veces se desconoce la cultura de origen de los alumnos, en la que la expresión oral es una competencia importante, pero no necesariamente más importante que otras como la comprensión oral o la producción escrita. El concepto de comunicación (verbal) tiene valores, significados y prioridades bastante diferentes según el contexto cultural. Podemos poner el ejemplo de algunos estudiantes portugueses de licenciatura en Lenguas y Culturas Orientales que hacen un año de intercambio en la Universidad de Sun Yat-sen y tienen experiencias opuestas. Algunos alumnos más extrovertidos y verbalmente más comunicativos, con personalidades más extrovertidas y jocosas, ya nos han confiado que profesores e incluso compañeros les aconsejan restringir o contener la comunicación verbal y la extroversión y seguir el ejemplo de otros compañeros extranjeros con personalidad más discreta. Es interesante señalar que los estudiantes que nos relataron estas impresiones tenían un dominio muy alto del idioma chino (en parte debido a su personalidad más sociable), pero reconocieron que sus actitudes más extrovertidas y su comunicación verbal más relajada no eran siempre características apreciadas por sus compañeros chinos.

A mi hija le sucedía algo similar, al ser la única extranjera en sus clases durante sus años de preescolar, los maestros le recomendaban muchas veces que adoptara comportamientos más discretos o mesurados. También era relativamente común, fuera del contexto escolar, que amigos o conocidos hicieran comentarios como, “ella habla chino, pero tiene una personalidad extranjera” por ser más comunicativa o extrovertida, porque era más habladora y se reía con desinhibición. En otras palabras, existe una fuerte mentalidad comunitaria y moralista que indica comportamientos muy implícitos y definidos a sus miembros.

Por estas razones, es necesario saber leer entre líneas para entender las particularidades de la forma de comunicación en la cultura china, un proceso que puede llevar mucho tiempo y no sin malentendidos. La orientación hacia el otro y la comunicación implícita e indirecta para proteger susceptibilidades se entrelazan con la responsabilidad y reciprocidad del proceso de comunicación.

La comunicación como deber de responsabilidad y reciprocidad

La comunicación en el Lejano Oriente se entiende como un proceso en el que se recibe y se paga una deuda con los demás y con la naturaleza, y en el que la existencia depende de todos los demás seres. En la visión asiática del mundo, las personas deben sentir gratitud hacia sus conciudadanos, la naturaleza y los espíritus ancestrales. La comunicación está hecha de bondad, gratitud y empatía ya que asume una “perspectiva circular en el tiempo y el espacio” (Miike, 2012, p. 74) en la que los seres humanos deben pagar su deuda de gratitud hacia los demás, por lo que, si no lo hacen en la vida presente, esta deuda de gratitud se transmite a las generaciones futuras.

Para Chang (2008) existen dos conceptos fundamentales para la comunicación en el interpersonales y lograr objetivos prácticos en el día a día. En el contexto chino, *guanxi* designa la compleja red de relaciones indispensables para el funcionamiento social, político y organizativo. Cuando alguien hace un pedido a un poseedor de un recurso, considera el tipo de relación entre ellos (*guanxi*) para adoptar un comportamiento acorde a reglas específicas de interacción social. Una vez iniciado el *guanxi*, debe mantenerse, porque los individuos (u organizaciones) al relacionarse con una o más personas en común forman una red común y extensa de vital importancia basada en la reciprocidad y la confianza. El concepto de *guanxi* es un factor decisivo y normativo en la sociedad china construido a través de un proceso estratégico para controlar los recursos interpersonales, el poder y el estatus social. Por eso también se ve como una oportunidad para conseguir lo que se necesita. Por ejemplo, encontrar un trabajo, comprar un auto o poner un hijo en una mejor escuela son acciones que frecuentemente se llevan a cabo a través de la reciprocidad de las relaciones sociales en contexto cultural chino: la reciprocidad de las relaciones sociales (*guanxi*) y el rostro (*mianzi*) o respeto por los sentimientos humanos. Estos valores se utilizan para resolver conflictos.

En cuanto al concepto de rostro (*mianzi*) en la cultura china, Ho (1976) argumenta que perder el rostro

es un tema determinante que afecta la capacidad de uno para desempeñar sus funciones en la sociedad. El rostro se pierde cuando el individuo, a través de sus acciones o de las personas estrechamente vinculadas a él, “no logra corresponder a las demandas esperadas debido a la posición social que ocupa” (Ho, 1976, p. 867).

La reciprocidad y la influencia de las relaciones interpersonales tienen un gran peso en todos los parámetros de la vida en sociedad. Por eso, a veces nuestros alumnos dicen con cierto humor y sarcasmo que para el futuro de un joven es mucho más importante tener la *guanxi* (red de contactos) adecuada que una titulación universitaria. La reciprocidad es inherente al concepto de rostro, en el que se ejerce un poder restrictivo y coercitivo sobre cada miembro de la red social y en el que las acciones del individuo, lejos de estar impulsadas por sus propios deseos, están dictadas por la necesidad de satisfacer las expectativas de los demás. Como las expectativas sociales son de naturaleza recíproca, los conflictos surgen cuando existe una discrepancia entre lo que una persona espera o exige de los demás y lo que los demás conceden. El rostro del individuo puede verse amenazado por acciones que no están dirigidas directamente a él, como la falta de deferencia de los demás hacia su familia, amigos o subordinados. Ho aborda así las diferencias en el comportamiento humano más centrado en el individuo en las culturas occidentales y centrándose en la interdependencia y la reciprocidad en la cultura china:

El concepto de rostro refleja dos orientaciones fundamentalmente diferentes en la visión del comportamiento humano: la orientación occidental, con su preocupación por el individuo, y la orientación china, que pone el acento en la reciprocidad de las obligaciones, la dependencia y la protección de la estima. Estas dos orientaciones no necesitan ni deben considerarse mutuamente excluyentes (Ho, 1976, p. 882, traducción del Autor).

El autocontrol, la expresión indirecta y la protección facial son características básicas de la cultura china que se interconectan para promover la armonía entre los diferentes elementos de la humanidad. El concepto de rostro hace referencia a esa interconexión o interdependencia en todas las relaciones, es decir, la necesidad de proteger el rostro propio, pero también el de los demás, en un contexto que respete la posición o jerarquía que cada uno representa en la sociedad y que tiene como objetivo final es el mantenimiento de la armonía.

La relación entre “dar y recibir rostro” es muy característica de la cultura china. Las personas con una posición más alta en la jerarquía (por profesión, estatus social, edad, etc.) son tratadas con gran deferencia. La ausencia de esta deferencia constituye una pérdida de prestigio para ambos, tanto para quienes son atacados como para quienes cometen esta descortesía. Por ejemplo, cuando se hace un brindis en China, nunca se debe levantar la copa por encima de la copa de la persona considerada más importante en ese contexto. La importancia del rostro es tan importante en la cultura china que incluso mentir se vuelve comprensible y aceptado en muchas circunstancias. Dentro de la comunicación indirecta, el emisor y el receptor desarrollan la capacidad de leer entre líneas. Cuando el objetivo es proteger el rostro, la verdad puede ser fácilmente “adaptada”, pues la protección del rostro del individuo, del grupo o de la nación, justifica enteramente los fines. A diferencia de muchos países donde los ciudadanos critican abiertamente, en público y en privado, ciertos aspectos de sus países, es muy poco probable que un ciudadano del Lejano Oriente muestre el mismo despejo, ya que tal actitud constituirá una pérdida de prestigio y estatus social, no solo para su nación sino también (y principalmente) para sí mismo.

La comunicación como proceso por el cual el universo se moraliza y armoniza

En la cultura china, los valores morales están vinculados con el orden social y, en última instancia, con el orden del universo, la comunicación aboga por la integridad moral y la armonía. Según Xia y Chen (2009, p. 69-71) a través de siglos de práctica, la China confuciana desarrolló un sinnúmero de reglas específicas para regular las acciones de las personas con el fin de garantizar una comunicación moral y sincera. En la China confuciana, la competencia comunicativa siempre se estudia y cultiva en asociación con un programa más amplio de educación moral porque Confucio entendía el estudio de la comunicación

esencialmente como un curso de cultivo moral (Yao, 2000; Xiao y Chen, 2009).

La enseñanza de los valores morales es, por tanto, una de las características que debe poseer un buen docente, expresada a través del proverbio chino: “传道授业解惑也, que literalmente significa decir a los alumnos normas morales, enseñar conocimientos y responder preguntas” (Zhang, Li & Wang, 2013, p. 2, traducción del Autor). Este aforismo se refiere a las responsabilidades de un maestro hacia sus alumnos y si él descuida estos valores, esto puede interpretarse como una señal de debilidad y deshonra a su rostro.

Por ejemplo, una de las razones por las que los estudiantes chinos no hacen preguntas durante el curso de la clase y solo al final de esta es el miedo a perder el rostro. Los estudiantes no tienen la intención de causar problemas al profesor, quien puede no saber la respuesta y, por lo tanto, perder el rostro frente a los estudiantes. Si el maestro revela que no sabe, cuando se supone que debe saber cómo maestro, esto se interpreta como una humillación. Asimismo, el alumno que a través de su pregunta pone al profesor en una situación de este tipo, también pierde la cara por la situación descortés que provocó. Muchos alumnos nos confían que a lo largo de su escolarización los profesores les recomiendan expresamente que hagan preguntas sólo después de que la clase haya terminado.

El valor de la moral es tan relevante que casi todos los planes de estudio de los cursos de licenciatura en Portugués (y las demás lenguas extranjeras) en las universidades chinas dedican algunos párrafos a la importancia de la doctrina moral. Los planes contienen varias referencias a la importancia de la moralidad en la parte dedicada a los principios rectores del curso, en frases como “cultivar el desarrollo integral de la moral” o “poseer buenas cualidades ideológicas y morales, patriotismo y visión internacional”.

Las acciones humanas apuntan a lograr la armonía por lo que se generan estándares morales de comportamiento basados en el concepto de armonía. La armonía es un principio que hace de la comunicación china un proceso único. La cultura china favorece la preservación de la armonía y tiende a evitar actitudes que puedan ponerla en peligro, como la comunicación directa y la discusión o debate abierto de ideas.

Para los chinos, la necesidad de mantener la armonía interpersonal es una condición previa para la resolución de cualquier conflicto. De esta forma, para interactuar con los ciudadanos y las instituciones chinas es necesario tener en cuenta estos principios y, sobre todo, querer conocer y buscar ir más allá de la generalización a través de una posición de apertura e interacción intercultural. No se puede crear una convivencia armónica entre ciudadanos y culturas de un mundo en constante conflicto si no es a través de la aceptación, el diálogo, la comunicación y un sentimiento de apertura y empatía.

La literatura analizada es unánime en revelar que la armonía es un valor primordial y transversal en la cultura china. Sobre este tema, Jullien (2010) afirma expresivamente que “mientras que para el pensamiento europeo la libertad es la última palabra, para el Lejano Oriente es la armonía” (p. 5). Esta frase del sinólogo francés también refleja los tiempos que viven Europa y el Lejano Oriente. Mientras que Europa se ha esforzado por preservar la libertad como valor fundamental a pesar de que la armonía es un objetivo constante de diferentes tipos de amenazas, en cambio el Lejano Oriente se basa precisamente en la armonía como condición básica para la estabilidad y el progreso, aunque las libertades individuales pueden ser secundarias en este proceso en beneficio del bien colectivo. Comprender la forma en que se interpreta la relación entre los conceptos de libertad y armonía en Oriente y Occidente es sin duda una clave para el diálogo intercultural.

Conclusiones

Los cambios que se están produciendo en la sociedad actual se procesan de forma rápida e impredecible, reconfigurando la organización social y las formas de establecer relaciones con el Otro. Debido a los nuevos y bulliciosos desafíos del mundo actual, la comunicación y el entendimiento intercultural tienen una importancia decisiva, ya que la comprensión de los sistemas sociales y culturales es cada vez más indispensable en la actualidad. En la sociedad global y multicultural en la que vivimos, uno de los principales problemas radica en la capacidad de aprender a vivir juntos e interactuar con un espíritu de apertura hacia la diferencia y la diversidad. Por ello, es imperativo transmitir los principios de ciudadanía intercultural que sensibilicen a las personas sobre la diversidad cultural, teniendo en cuenta diferentes perspectivas, métodos y actitudes (Porto & Byram, 2015; Jandt, 2015).

Para el diálogo intercultural es necesario tener presente que las interpretaciones no son universales ni acrónicas y que las personas hacen uso de diferentes criterios interpretativos para comprender el mundo, según su propia cultura. Por lo tanto, es esencial estar preparado para la ocurrencia de posibles obstáculos y malentendidos, porque para comprender al Otro, es necesario comprender, ante todo, su malentendido, es decir, comprender que el Otro ve el mundo desde un trasfondo cultural y cultural diferente, que su interpretación del contexto está recurrentemente influenciada por su propia o construcción cultural. Como argumenta Alsina (1997), los contactos entre culturas fueron durante mucho tiempo un espacio de confrontación. La interculturalidad pretende que se conviertan en un espacio de negociación, que debe tender a ser un espacio de cooperación, para acabar siendo simplemente un “espacio de humanización” (Alsina, 1997, p. 20).

La heterogeneidad de valores e identidades de cada cultura hace imposible adquirir o anticipar todos los conocimientos culturales necesarios para interactuar con el Otro. A su manera, este artículo tuvo como objetivo contribuir con conocimientos, valores y actitudes para interpretar e interactuar con la cultura china, a través de referencias teóricas y la interacción cotidiana en esta sociedad.

El concepto de comunicación en la cultura china implica la interdependencia e interrelación entre los diversos elementos de la sociedad; el cultivo de la autodisciplina; el desarrollo de una sensibilidad altruista hacia los sentimientos de los demás; la necesidad de tener presente la deuda con los demás y actuar en reciprocidad; y el uso de la comunicación como medio para promover la armonía y la moralidad. Estas cinco proposiciones representan una base teórica para la cosmovisión, el pensamiento y la acción asiáticos. A pesar de la diversidad, complejidad y dinamismo de las diversas culturas asiáticas, comparten referencias culturales y filosóficas además de un pasado histórico y político de lucha contra el imperialismo y el colonialismo occidental (Miike, 2012).

Actualmente, China marca su presencia preponderante en todo el mundo. Sin embargo, a pesar de esta difusión de la influencia china, todavía existe una gran falta de conocimiento sobre los aspectos intrínsecos de la cultura y la sociedad chinas. Este estudio destaca la necesidad del conocimiento mutuo, la empatía y la interacción con el Otro como medio para romper estereotipos o generalizaciones y establecer vínculos más firmes e ilustrados entre los pueblos del mundo.

Bibliografía

- Alsina, R. (1997). Elementos para una comunicación intercultural. *Revista CIDOB D'Afers Internacionals*, (36), 11-21.
- Chang, C. (2007). Asian Communication Tradition and Communicative Rationality: Rethinking Methods for Intercultural Studies. *Intercultural Communication Studies XVI*, 2, 71-80.
- Chang, Y. Y. (2008). Cultural "Faces" of Interpersonal Communication in the U.S. and China. *Intercultural Communication Studies XVII*, 1, 299-313.
- Chen, G. M. (2004). The two faces of Chinese communication. *Human Communication*, 7, 25-36.
- Cheng, W., & Warren, M. (2003). Indirectness, Inexplicitness and Vagueness Made Clearer. *Pragmatics*, 13(3), 381-400.
- Fang, T. (2014). Understanding Chinese Culture and Communication: The yin-yang approach. In: B. Gehrke & M. Claes (Eds.), *Global Leadership Practices* (pp. 171-187). London: Palgrave Macmillan.
- Hall, E. T. (1959). *The Silent Language*. Garden City, New York: Doubleday.
- Ho, D. (1976). On the Concept of Face. *American Journal of Sociology*, 81 (4), 867-884.
- Huang, L. (2000). The Chinese Way of Requesting Information in Intercultural Negotiation. *Intercultural Communication Studies IX*, 2, 107-127.
- Jandt, F. (2015). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*. (8th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jia, X., & Huang, F. (2008). A Contrastive Study of Requests in Chinese and American Cultures. *Intercultural Communication Studies XVII*, 2, 299-313.
- Jiang, X., & Yang, J. (2011). Understanding the Work Values of Chinese Employees. *Psychology*, 2(6), 579-583.
- Jullien, F. (2009). O diálogo entre as culturas: do universal ao multiculturalismo. (A. Telles, Trad.). Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- Jullien, F. (2010, março 29). Mal-estar na Cultura. Acesso em 17 jan. 2021, de Revista Cult - UFRGS: www.malestarnacultura.ufrgs.br.
- Kang, L. (2014). *Globalization and Cultural Trends in China*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Kulich, S., & Wang, Y. (2015). Intercultural Communication in China. In: J. Bennett (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Intercultural Communication*. (pp. 458-469). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Miike, Y. (2012). "Harmony without Uniformity": an Asiatic Worldview and its Communicative Implications, In: L. Samovar, R. Porter, & McDaniel (Eds.), *Intercultural Communication*. (13th ed., pp. 65-80). Boston: Wadsworth.
- Pires, M. J. (2021). Fatores motivacionais no ensino de Português Língua Estrangeira na China. *Educação Unisinos*, 25, 1-12.
- Porto, M., & Byram, M. (2015). Developing intercultural citizenship education in the language classroom and beyond. *Argentinian Journal of Applied Linguistics*, 3(2), 9-29.
- Triandis, H. (2001). Individualism-Collectivism and Personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907-924.
- Wang, J. (2008). A Cross-cultural Study of Daily Communication between Chinese and American - From the Perspective of High Context and Low Context. *Asian Social Science*, 4(10), 151-154.
- Xiao, X., & Chen, G. M. (2009). Communication competence and moral competence: a Confucian perspective. *Journal of Multicultural Discourses*, 4(1), 61-74.
- Yao, X. (2000). *An introduction to Confucianism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zhang, D., Li Y., & Wang, Y. (2013). How Culturally Appropriate Is the Communicative Approach with Reference to the Chinese Context? *Creative Education*, 4(10a), 1-5.