



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



TESIS DOCTORAL

**ANÁLISIS CONTRASTIVO DE LAS VARIACIONES  
LINGÜÍSTICAS Y CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN  
DIGITAL ENTRE HABLANTES NO NATIVOS**

Realizada por: Rut Muñoz Calderón

Dirigida por: Dra. María Luisa Carrió Pastor

Octubre 2011



## **Agradecimientos**

A lo largo de la elaboración de esta tesis doctoral muchas han sido las personas que han contribuido y me han ayudado. Quiero agradecer en primer lugar a mi directora la doctora doña María Luisa Carrió Pastor, directora del Departamento de Lingüística Aplicada de la Universidad Politécnica de Valencia, por su dirección, apoyo e inestimables consejos a la hora de realizar la presente tesis doctoral. Asimismo quiero expresar mi agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido con sus conocimientos y consejos a lo largo del periodo de investigación, como mis compañeros de la Universidad Católica de Valencia, por su ejemplo y constante preocupación. En segundo lugar, quiero agradecer a la empresa valenciana de exportación la cesión de los e-mails que conforman el corpus, sin ellos esta investigación no hubiera sido posible. Por último quiero agradecer a mi familia su apoyo incondicional en todo momento. A mi padre por inculcarme el tesón y la voluntad en el trabajo, a mi madre por transmitirme su pasión por la lengua inglesa, a mi marido por ayudarme y siempre apoyarme en todos mis proyectos y a mis hijas y hermana Covadonga, Loyola y Yael por ayudarme y comprender todos los ratos que he estado dedicada a la tesis.



## ÍNDICE



Agradecimientos.....	3
Índice de tablas.....	11
Índice de figuras.....	13
Índice de gráficas.....	15
Abreviaciones.....	17
1. INTRODUCCIÓN.....	19
2. LA GLOBALIZACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	29
2.1. La lengua inglesa como lengua global.....	31
2.1.1. La etapa del Inglés Moderno (1450-1950).....	34
2.1.2. <i>Global English, World English, Lingua Franca</i> : Concepto de lengua global, concepto de la lengua inglesa como lengua internacional.....	39
2.1.3. Clasificación de países de habla inglesa.....	42
2.1.4. Los hablantes nativos y no nativos.....	50
2.2. La globalización y la comunicación.....	57
2.2.1. ¿Qué es la globalización?.....	57
2.2.2. El origen de la globalización.....	61
2.2.3. Las manifestaciones de la globalización.....	62
2.2.4. Las comunicaciones y la globalización.....	66
2.3. Internet y las nuevas tecnologías: la era de la información.....	69
3. EL ANÁLISIS DEL DISCURSO ESCRITO.....	75
3.1. El texto como vía de comunicación y transmisión del conocimiento.....	77
3.2. La Lingüística Contrastiva.....	85
3.2.1. Antecedentes.....	85
3.2.2. Estado de la cuestión.....	88

3.3. El análisis del discurso escrito.....	90
3.4. Los textos y la tecnología.....	100
3.4.1. Los textos en Internet.....	101
3.4.2. La comunicación por ordenador: <i>Computer mediated communication</i> y <i>Computer mediated discourse</i> .....	105
3.4.3. Los correos electrónicos y su organización.....	109
4. LAS LENGUAS DE ESPECIALIDAD Y EL GÉNERO.....	119
4.1. Definición y clasificación.....	121
4.2 El inglés profesional y académico (IPA).....	124
4.3. El género y el análisis de género.....	127
4.4. El inglés de los negocios.....	131
5. LAS VARIEDADES DEL INGLÉS EN LA ACTUALIDAD.....	145
5.1. El inglés de la India.....	150
5.2. El inglés pakistaní.....	166
5.3. El inglés de Hong Kong.....	175
5.4. El Inglés de China.....	184
6. OBJETIVOS.....	197
6.1. Objetivos generales.....	199
6.2. Objetivos específicos.....	202
7. METODOLOGÍA.....	205
7.1. El análisis de corpus y sus herramientas.....	207
7.2. Descripción del corpus utilizado.....	214
7.3. Compilación del corpus.....	217
7.4. Preparación y análisis del corpus.....	219



8. RESULTADOS.....	229
8.1. Análisis Sintáctico.....	231
8.1.1. Uso y variación del artículo.....	231
8.1.2. Uso y variación de los pronombres personales.....	235
8.1.3. Uso y variación de los tiempos verbales.....	240
8.1.4. Uso y variación de los verbos modales que expresan certeza.....	250
8.1.5. Uso y variación de los adverbios de certeza.....	252
8.1.6. Uso y variación de las construcciones copulativas.....	253
8.1.7. Uso y variación de las construcciones de voz pasiva.....	258
8.1.8. Uso y variación de las preposiciones.....	260
8.1.9. Uso y variación de los conectores.....	263
8.1.9.1. El uso y variación de los conectores aditivos.....	263
8.1.9.2. El uso y variación de los conectores para la organización de la información.....	265
8.1.9.3. El uso y variación de los conectores contrastivos.....	265
8.1.9.4. El uso y variación de los conectores causales.....	266
8.1.9.5. Uso y variación de los conectores consecutivos.....	269
8.1.9.6. Uso y variación de los conectores temporales.....	270
8.2. Análisis léxico.....	274
8.2.1. Formación de sintagmas nominales.....	274
8.2.2. Rasgos léxicos.....	277
8.3. Análisis de organización textual.....	283

8.3.1. La división de los párrafos.....	283
8.3.2. Estructura de los e-mails: diferenciación de partes.....	284
8.3.3. Variaciones de la información incluida en las partes del e-mail.....	286
8.3.3.1. La referencia.....	286
8.3.3.2. El saludo.....	287
8.3.3.3. La despedida.....	289
8.3.3.4. La introducción.....	290
8.3.3.5. La conclusión.....	293
8.3.3.6. La firma.....	295
8.4. Análisis de los objetivos comunicativos.....	296
8.4.1. Descripción estructural: los Movimientos.....	296
8.4.1.1 Secuencias comunicativas del Movimiento 5.....	298
8.4.1.2. Secuencias comunicativas del Movimiento 6.....	302
9. CONCLUSIONES.....	307
9.1. Conclusiones del análisis del nivel sintáctico.....	312
9.2. Conclusiones del análisis del nivel léxico.....	319
9.3. Conclusiones del análisis de la organización textual.....	324
9.4 Conclusiones del análisis de los objetivos comunicativos.....	330
10. BIBLIOGRAFÍA.....	337
11. ANEXO 1. CORPUS UTILIZADO.....	357
12. RESUMEN.....	361

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las características del discurso oral y escrito de Cortés y Camacho (2003).....	97
Tabla 2. Clasificación de factores de medio según Herring (2007).....	107
Tabla 3. Clasificación de factores situacionales según Herring (2007).....	108
Tabla 4. Uso de los artículos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	232
Tabla 5. Variación del uso de los artículos en los cuatro grupos de e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	232
Tabla 6. Uso de pronombres personales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	235
Tabla 7. Variación del uso de pronombres personales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	236
Tabla 8. Uso de tiempos verbales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	240
Tabla 9. Variación del uso de tiempos verbales en India, Pakistán, China y Hong Kong.....	244
Tabla 10. Uso de verbos modales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	251
Tabla 11. Uso adverbios que expresan certeza o incerteza en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	253
Tabla 12. Uso de las construcciones copulativas en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	254
Tabla 13. Variación del uso de la cópula en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	255
Tabla 14. Uso de las construcciones de voz pasiva en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	258
Tabla 15. Variación del uso de la construcción pasiva en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	259
Tabla 16. Uso de las preposiciones oracionales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	260

Tabla 17. Variación del uso de las preposiciones oracionales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	261
Tabla 18. Uso de conectores aditivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	263
Tabla 19. Uso de conectores para la organización de la información en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	265
Tabla 20. Uso de conectores contrastivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	265
Tabla 21. Uso de conectores causales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	266
Tabla 22. Uso de conectores consecutivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.....	269
Tabla 23. Uso de conectores temporales en los e-mails de India, Pakistán, China Y Hong Kong.....	271
Tabla 24. Formación de palabras compuestas en los cuatro grupos de e-mails.....	275
Tabla 25. Resultados de los rasgos léxicos hallados los cuatro grupos de e-mails.....	277
Tabla 26. División y número de párrafos en los cuatro grupos de e-mails.....	284
Tabla 27. Ideas diferenciadas en párrafos en los cuatro grupos de e-mails.....	285
Tabla 28. Referencias en los e-mails de India.....	286
Tabla 29. Resultados saludos en los cuatro grupos de e-mails.....	287
Tabla 30. Resultados despedida en los cuatro grupos de e-mails.....	290
Tabla 31. Resultados de la introducción en los e-mails de los cuatro grupos.....	291
Tabla 32. Resultados de la conclusión en los cuatro grupos de e-mails.....	293
Tabla 33. Resultados de la firma en los e-mails de los cuatro grupos de escritores.....	295
Tabla 34. Los movimientos de los <i>weekly reports</i> en los e-mails de India y Hong Kong.....	296
Tabla 35. Las secuencias del M.4. de los <i>weekly reports</i> de los grupos de India y Hong Kong.....	298
Tabla 36. Las secuencias del M.6. de los <i>weekly reports</i> de los grupos de India y Hong.....	303

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación de hablantes nativos y no nativos de Kachru (1985).....	43
Figura 2. Número de hablantes de inglés y las tres diferentes clasificaciones según Graddol (1997).....	44
Figura 3. Mapa de países y zonas de habla inglesa Graddol (1997).....	44
Figura 4. Lista de países habla inglesa donde esta lengua ha tenido una relevancia especial (Crystal, 2003).....	46
Figura 5. Lista de países habla inglesa donde esta lengua ha tenido una relevancia especial (Crystal, 2003).....	46
Figura 6. Clasificación del IFE según el área profesional. (Dudley-Evans & St. John, 1998), .....	125
Figura 7. Mapa del subcontinente indio en la actualidad (Kirkpatrick, 2007).....	150
Figura 8. Mapa de Pakistán en la actualidad (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003).....	167
Figura 9. Cuadro síntesis de la reciente Historia de Pakistán.....	168
Figura 10. Extracto discurso de Muhammed Ali Jinnah (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003).....	169
Figura 11. Mapa de China y Hong Kong en la actualidad Kirkpatrick (2007).....	176
Figura 12. El mapa muestra la zona de Macao y Cantón en el siglo XVII (Bolton, 2003).....	186
Figura 13. Mapa de los puertos y ciudades de comercio en China de 1842 – 1846 y su apertura hacia el oeste (Bolton, 2003).....	190
Figura 14. Ejemplo 1. E-mail de India en formato original.....	220
Figura 15. Ejemplo 2. E-mail de la India formato <i>txt</i> para ser leído por <i>TextWorks</i> .....	220
Figura 16. Ejemplo de <i>weekly report</i> .....	221
Figura 17. Plantilla de análisis gramatical.....	223
Figura 18. Plantilla de análisis léxico.....	224

Figura 19. Búsqueda patrones de léxico-gramaticales y lista etiquetas .....	225
Figura 20. <i>Span search</i> , colocaciones y gráfica explicativa.....	225
Figura 21. Listas de palabras, frecuencias y porcentajes en <i>TextWorks</i> .....	226
Figura 22. Plantilla de análisis de organización textual.....	227

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Variación del uso del artículo <i>the</i> en los e-mails de los cuatro países.....	234
Gráfica 2. Variación del uso del artículo <i>a</i> en los e-mails de los cuatro países.....	235
Gráfica 3. Variación del uso del pronombre personal <i>I</i> en los e-mails de los cuatro países.....	238
Gráfica 4. Variación del uso del pronombre personal <i>we</i> en los e-mails de los cuatro países.....	238
Gráfica 5. Variación del uso del pronombre personal <i>they</i> en los e-mails de los cuatro países.....	239
Gráfica 6. Variación del uso del pronombre personal <i>you</i> en los e-mails de los cuatro países .....	239
Gráfica 7. Uso del <i>Present Continuous</i> en los e-mails de los cuatro países.....	241
Gráfica 8. Uso del <i>Present Simple</i> en los e-mails de los cuatro países.....	241
Gráfica 9. Uso del <i>Present Perfect</i> en los e-mails de los cuatro países.....	242
Gráfica 10. Uso del <i>Past Simple</i> en los e-mails de los cuatro países.....	242
Gráfica 11. Uso del <i>Past Perfect</i> en los e-mails de los cuatro países.....	243
Gráfica 12. Uso del Future Simple en los e-mails de cuatro países.....	243
Gráfica 13. Variación del uso del <i>Present Continuous</i> en los e-mails de los cuatro países.....	248
Gráfica 14. Variación del uso del <i>Present Simple</i> en los e-mails los cuatro países.....	248
Gráfica 15. Variación del uso del Present Perfect en los en los e-mails de los cuatro países.....	249
Gráfica 16. Variación del uso del <i>Past Simple</i> en los e-mails en los cuatro países.....	249
Gráfica 17. Variación del uso de los verbos auxiliares en los cuatro países.....	250
Gráfica 18. Uso del verbo modal <i>will</i> en los e-mails de los cuatro países.....	251
Gráfica 19. Uso del verbo modal <i>can</i> en los e-mails de los cuatro países.....	252
Gráfica 20. Variación del uso de la cópula <i>am</i> en los e-mails de los cuatro países.....	257
Gráfica 21. Variación del uso de la cópula <i>is</i> en los e-mails de los cuatro países.....	257
Gráfica 22. Uso del conector aditivo <i>and</i> en los e-mails de los cuatro países.....	264
Gráfica 23. Uso del conector aditivo <i>in addition</i> en los e-mails de los cuatro países.....	264

Gráfica 24. Uso del conector causal <i>because</i> en los e-mails de los cuatro países.....	267
Gráfica 25. Uso del conector causal <i>as</i> en los e-mails de los cuatro países .....	267
Gráfica 26. Uso del conector causal <i>since</i> en los e-mails de los cuatro países .....	268
Gráfica 27. Uso del conector causal <i>due to</i> en los e-mails de los cuatro países.....	268
Gráfica 28. Uso del conector causal <i>therefore</i> en los cuatro países.....	269
Gráfica 29. Uso del conector consecutivo <i>so</i> en los e-mails de los cuatro países.....	270
Gráfica 30. Uso del conector consecutivo <i>in order to</i> en los e-mails de los cuatro países.....	270
Gráfica 31. Uso del conector temporal <i>before</i> en los e-mails de los cuatro países.....	271
Gráfica 32. Uso del conector temporal <i>after</i> en los e-mails de los cuatro países.....	272
Gráfica 33. Uso del conector temporal <i>when</i> en los e-mails de los cuatro países.....	272
Gráfica 34. Uso del conector temporal <i>whenever</i> en los e-mails de los cuatro países.....	273
Gráfica 35. Uso del conector temporal <i>during</i> en los e-mails de los cuatro países.....	273



## ABREVIACIONES

ADE	Administración y Dirección de Empresas
AE	Análisis de Errores
BBC	British Broadcasting Corporation
BCC	Blind Carbon Copy
BES	Bilingual English Speaker
CC	Carbon Copy
CC	Con Copia a
CMC	Computer Mediated Communication
CMD	Computer Mediated Discourse
CMDA	Computer mediated Discourse Analysis
CNN	Cable News Network
COBUILD	Collins Birmingham University International Language Database
COM	Comunicación por medio Ordenador
EAP	English for Academic Purposes
EBE	English for Business and Economics
EFL	English as a Foreign Language
EIL	English as an International Language
ELF	English as a Lingua franca
ELRA	European Language Resources Association
ELT	English for Language Teaching
EMT	English as a Mother Tongue
ESL	English as a Second Language
ESP	English for Specific Purposes
ESS	English for Social Sciences
EST	English for Sciencea and Technology
GE	General English
H1N1	Hemagglutinin with 1 strain proteína Neuraminidase with strain 1
IBM	International Business Machines
ICAME	International computer Archive of Modern and Medieval English

ICC	International Criminal Court
ICJ	International Court of Justice
ICT	Inglés para la Ciencia y la Tecnología
IFA	Inglés para Fines Académicos
IFC	Inglés para Fines Comerciales
IFE	Inglés para Fines Específicos
IFO	Inglés para Fines Ocupacionales
IN	Inglés de los Negocios
IPA	Inglés Profesional y Académico
IRC	Internet Relay Chat
L1	Lengua materna
L2	Segunda lengua
L3	Tercera lengua
LA	Lingüística aplicada
MES	Monolingual English Speaker
MTV	Musical Television
NBES	Non-Bilingual English Speaker
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONU	Organización de Las Naciones Unidas
PDA	Personal Digital assistant
RC	Retórica Contrastiva
SNC	Sintagma nominal compuesto
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
UE	Unión Europea
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
VOICE	The Vienna-Oxford International Corpus of English
WEs	World Englishes
WTO	World Trade Organization
WWW	World Wide Web

## **1. INTRODUCCIÓN**



La lengua inglesa en la actualidad es considerada como la lengua global, la lengua que sirve de vehículo de comunicación internacional tanto en el ámbito académico, en el científico y tecnológico como en el ámbito empresarial. La lengua inglesa goza de una supremacía especial frente a otras lenguas ampliamente habladas como son el chino, el español y el árabe debido a que es la lengua más hablada por hablantes no nativos, número que supera al de los hablantes nativos Crystal (1997). Europa ha sido testigo del crecimiento del uso de la lengua inglesa como lengua franca en la UE (Bargiela-Chiappini y Nickerson, 2003). Este creciente uso del inglés entre los ciudadanos europeos no se restringe únicamente a las relaciones comerciales y políticas sino que se extiende a la vida social en general (Jenkins, 2003). En Asia el panorama lingüístico es muy similar, el inglés se utiliza con frecuencia para las relaciones internacionales, aunque el chino está empezando a ganar posiciones también ya que China es una de las grandes potencias económicas en la actualidad (Pakir, 2004).

Su expansión a lo largo de la historia ya desde la época colonial británica hasta nuestros días, ha sido una de las causas que ha provocado su situación actual. Otras causas que han motivado su condición de global, aparte de las razones históricas y políticas, han sido las razones de tipo económico, ya que, EEUU actúa como un imán para los negocios y el comercio internacional. La lengua inglesa es la lengua franca de los negocios es el medio de comunicación entre personas de diferentes culturas y distintas lenguas maternas (Palmer-Silveira et al., 2008). La mayor parte de la información académica, científica y tecnológica mundial se transmite en inglés, así como el 80% de la información almacenada electrónicamente se realiza en lengua inglesa (Jenkins, 2003). Tanto el mundo de la música, el del cine como el de los entretenimientos en general utilizan el inglés como lengua de comunicación de forma mundial (Crystal, 2003).

En todo este contexto la lengua inglesa presenta diferentes variedades que han surgido y siguen surgiendo precisamente por su estatus de lengua global en numerosos lugares del mundo. La convivencia entre lenguas en contextos multiculturales ha generado variedades con sus características propias. Dichas variedades difieren lingüísticamente y socio-culturalmente unas de otras, cada variedad refleja la cultura de sus hablantes (Kirkpatrick, 2007).

Kachru realizó ya en 1985 una clasificación de las zonas donde se hablaba inglés, dividiéndola en zonas. La primera zona corresponde a los países de donde proviene la lengua inglesa y es dominante; incluye a Gran Bretaña, EEUU, Canadá, Australia y Nueva Zelanda. La segunda incluye las variedades de las zonas donde ha habido una larga tradición colonial, como India, Filipinas, Nigeria, Singapur, etc. (Kachru, 1985). La tercera zona recoge las variedades que se están desarrollando donde la lengua inglesa se utiliza principalmente como lengua internacional y se está convirtiendo en un instrumento de modernización e innovación; China, Japón, Korea, etc.

En esta tesis doctoral nos referiremos a algunas de las variedades surgidas en el sur y el este asiáticos, ya que el corpus que vamos a estudiar procede de esta zona. No podemos hablar de una única variedad en esta zona, aunque a veces se denomine *South Asian English* o *South East Asian English*, pero sí es cierto que, en algunos casos, las distintas variedades poseen rasgos culturales en común (Kachru, 2005). La colonización británica fue un hecho clave para el asentamiento de la lengua inglesa en esta zona del planeta. A pesar de ser una zona muy variada, lingüísticamente hablando, el paso de los británicos dejó una huella imborrable y, en muchos países, se ha conseguido la convivencia de las lenguas locales con la lengua inglesa de la antigua metrópoli. Este es el caso de la India y Pakistán donde la lengua inglesa logró ser la lengua de la administración y de la educación, manteniendo este status hasta la actualidad, junto con el hindi y el urdu respectivamente. En el caso de China y de Hong Kong, el comercio monopolizado por los mercaderes británicos, que se inició a partir del siglo XVII (Bolton, 2003), introdujo la lengua inglesa por primera vez en el este asiático. Más tarde, hacia 1842, tras la primera guerra del opio, Hong Kong se convertiría en colonia británica hasta 1997. En la actualidad, toda esta zona geográfica está experimentando un crecimiento económico y comercial extraordinario. Las empresas mundiales más importantes han trasladado sus actividades a Asia y el comercio internacional se centra cada vez más en esta área (Graddol, 2006); la lengua inglesa sirve de comunicación en este contexto. Los factores que determinan la actual situación de dichos países son principalmente políticos y económicos, aunque hay que tener en cuenta también el papel que juegan las consideraciones de tipo pragmático para la promoción de la lengua inglesa en la zona. Dichas consideraciones pragmáticas a las que nos referimos, están relacionadas con los contextos plurilingües de Asia y sudeste de Asia y con la celeridad con la que los avances tecnológicos y científicos se están adoptando y adaptando en las sociedades tradicionales de estas partes del mundo (Kachru, 2009).

La situación económica mundial en la actualidad viene marcada en gran medida por la globalización. La globalización es un fenómeno que afecta a todos los aspectos de nuestra sociedad, no solamente a los aspectos económicos sino que también se manifiesta en otros ámbitos. Las manifestaciones de la globalización se reflejan en la movilidad de las personas, en la forma de comunicarse, en el comercio, en los avances tecnológicos, etc. De todos ellos, el aspecto que más nos interesa en nuestro estudio es la comunicación en relación a la globalización y, por supuesto, el papel que la lengua inglesa juega en este escenario. Las nuevas formas de comunicación se fundamentan en Internet que es una herramienta global que está generando cambios significativos en las formas de comunicarse.

Hoy en día, la distancia física entre las grandes empresas globales se ha acortado gracias a las revoluciones tecnológicas en la comunicación como el correo electrónico, la video-conferencia, Internet y otras formas de comunicación instantánea. Esta novedosa situación comunicativa ha favorecido las comunicaciones y las oportunidades de negocio internacionales, ya que desde una perspectiva práctica se ha producido una disminución de las barreras del tiempo y del espacio. Las formas de llevar a cabo las negociaciones o transacciones comerciales han cambiado sustancialmente ya que las nuevas vías de comunicación han modificado las normas del comercio tradicional (Mateo, 2007). Una vez más la lengua inglesa sirve de vehículo de comunicación en este contexto y se adapta a las culturas de los diferentes escritores que la utilizan. Como apunta Rivers (2008), esta adaptación de la lengua se puede observar en los nuevos géneros de comunicación escrita como el e-mail. Los hombres y mujeres de negocios y los profesionales de las empresas actuales tienen como objetivo prioritario el aprendizaje del inglés de los negocios (Gibson, 2002). Es imprescindible su aprendizaje en el contexto empresarial para la comunicación entre empresas. La comunicación internacional comercial se ve afectada como cualquier otro tipo de comunicación por el contexto socio-cultural de sus participantes y como Bargiela-Chiappini (2004) señala el discurso, la cultura y el contexto juegan un papel clave en el proceso de la comunicación.

El contexto virtual ofrece a los participantes una oportunidad para experimentar en el uso del lenguaje variando las convenciones lingüísticas tradicionales favoreciendo la velocidad y conveniencia en la comunicación sobre la corrección sobre la corrección en el uso del lenguaje, hecho que se demuestra con la flexibilidad en la ortografía y la gramática, el uso de abreviaciones

y acrónimos, etc. (Gibbs, 2000). La comunicación vía e-mail se ha estudiado desde varias perspectivas.

Se ha estudiado, por un lado, desde el campo del estudio de la Comunicación Mediante Ordenador (CMO) que analiza las formas posibles de comunicación a través de dicha herramienta y las características lingüísticas (Gimenez, 2000, 2005), dependiendo del mensaje y del contexto socio-cultural (Herring, 2001; Danet, 2001). Por otro lado, Baron (2002) lo ha estudiado como un género emergente, así como Crystal (2001), que ha investigado sobre lo que él denomina el '*Netspeak*' o el nuevo lenguaje electrónico y los rasgos distintivos de esta nueva forma de redacción (Crystal, 2004). También existen estudios recientes sobre los correos electrónicos dentro del campo de estudio del inglés para fines específicos y el inglés de los negocios.

(Nickerson, 1999; Kankaaranta, 2006; Waldvogel, 2005, 2007; Jensen, 2009). En dichos estudios se analizan cuestiones diversas, como el uso de la lengua inglesa como lengua franca en empresas multinacionales, los usos de los saludos y las despedidas en los e-mails, las relaciones de la cultura empresarial a través del correo electrónico, etc. Sin embargo, a pesar de todos estos estudios, la investigación del inglés en relación a la comunicación intercultural en el género de los negocios no está tan explotada y mucho menos cuando se trata de las variaciones del inglés (Rivers, 2008). Existen escasos estudios de corpus reales de e-mails escritos por no nativos en el contexto empresarial (Nickerson, 1999; Seidlhofer, 2003; Aaltonen, 2005; Louhiala-salminen y Mirjaliisa, 2008) debido a la dificultad en conseguir material auténtico por razones de confidencialidad (Giménez, 2006). Esta ha sido una de las razones fundamentales que han motivado la realización de la presente tesis doctoral. Otro de nuestros motivos ha sido el determinar si la lengua inglesa utilizada por escritores no nativos en el contexto empresarial internacional varía dependiendo de quien la utilice y si estas variaciones afectaban al éxito de la comunicación de los negocios en la actualidad. Hemos querido investigar también si los hablantes no nativos siguen la normativa anglosajona, como sucede en el contexto académico o, por el contrario, en el ámbito empresarial la lengua inglesa se adapta a los diferentes contextos socio-culturales. Si la comunicación escrita en lengua inglesa en este contexto empresarial se ve influida por el contexto socio-cultural del escritor, pretendemos hallar qué variaciones presenta y cuales son las de mayor incidencia. Nuestro propósito no es solamente averiguar las variaciones lingüísticas que se producen sino encontrar también las variaciones culturales que se reflejan en la redacción de los correos



electrónicos. Es nuestra finalidad también verificar si en el corpus recopilado se reflejan las variedades del sur y este de Asia o si el inglés de los negocios es más neutral y no se ve afectado por dichas influencias socio-culturales.

Tradicionalmente, los análisis del discurso escrito han basado sus estudios en las formas lingüísticas, sin embargo, actualmente los enfoques contemporáneos también hacen énfasis en los factores contextuales (van Dick, 2009). La contextualización del discurso debe ser considerada en cualquier análisis, ya que ésta le afecta inevitablemente (Alcaraz, 2000; Bargiela-Chiappini y Nickerson, 2002; Connor, 2004; Bhatia, 2008; van Dick, 2009). La comunicación vía e-mail es cada vez más creciente en el ámbito de los negocios y el comercio internacional, hecho que permite a los implicados en ella interactuar y negociar virtualmente formando así nuevas comunidades virtuales y culturas profesionales. Es necesario investigar sobre la forma que tienen de comunicarse y cómo son los resultados de esas comunicaciones escritas. En la presente tesis doctoral pretendemos aunar en nuestra investigación varios elementos: el uso del correo electrónico como vía de comunicación internacional en el contexto empresarial, el uso de la lengua inglesa como lengua global de los negocios, el uso de las diferentes variedades de inglés del sur y este de Asia y la influencia del contexto socio-cultural en este tipo de comunicación.

Para llevar a cabo nuestra investigación, estudiaremos un corpus de e-mails extraídos de la comunicación diaria de una empresa valenciana de exportación. Nuestro trabajo se basa en el análisis contrastivo de cuatro grupos de e-mails escritos por hablantes no nativos de la lengua inglesa, cuyo país de origen es Pakistán, India, China y Hong Kong. Estos hablantes usan la lengua inglesa como lengua franca para la comunicación dentro de la empresa en la que trabajan. Para la realización de este estudio de comunicación comercial internacional adoptamos una perspectiva interdisciplinar, combinando elementos del análisis de género y del discurso, de la retórica intercultural, de la lengua inglesa como lengua internacional, de las variedades del inglés en el sur de Asia y, por último, de la comunicación a través del correo electrónico. En la elaboración de nuestro estudio utilizamos tanto el método de análisis de corpus a través de una herramienta informática como el análisis de corpus manual. Combinamos ambos métodos por ser complementarios para el análisis que pretendemos realizar. Por un lado, el análisis de corpus informatizado ofrece la ventaja de ser riguroso y sistematizado y por otro lado, el análisis manual nos permite analizar rasgos del lenguaje que por ahora el informatizado no puede. Nuestro estudio

se apoya en cuatro niveles de análisis en los que se pretenden hallar variaciones en el uso de la lengua: nivel gramatical, nivel léxico, nivel de organización textual y nivel de objetivos comunicativos. De esta manera, el estudio contrastivo se fundamenta, por un lado, en los rasgos lingüísticos y, por otro lado, en los rasgos socio-culturales del contexto. Con el objeto de analizar cada nivel se elaboraron unas plantillas de análisis que se centraban en los rasgos léxico-sintácticos y de los objetivos comunicativos más susceptibles de variación en el uso de la lengua inglesa.

La organización de la presente tesis doctoral se estructura en nueve capítulos que a continuación detallamos. Los fundamentos teóricos, que han servido de cimentación en nuestro estudio ocupan los primeros cinco capítulos incluyendo la introducción.

En el capítulo dos se revisa la literatura concerniente al concepto de la lengua inglesa como lengua global, realizándose un breve recorrido de la evolución de la lengua inglesa desde sus inicios hasta nuestros días. En este mismo capítulo se presenta una clasificación de los hablantes de la lengua inglesa según su procedencia, así como se aclara la dicotomía del concepto de hablante nativo y hablante no nativo. De igual manera, se explica el concepto de globalización y la relación entre la globalización y la comunicación. Por último se trata la nueva forma de comunicación virtual con Internet y sus múltiples aplicaciones en la comunicación global.

En el tercer capítulo presentamos el marco teórico del análisis del discurso escrito realizando una revisión de los antecedentes de la lingüística contrastiva y la retórica contrastiva y el estado de la cuestión actual. Una vez contextualizado el estudio, delimitamos el campo de la comunicación por ordenador describiendo las diferentes formas y usos, deteniéndonos en los estudios de los correos electrónicos.

En el cuarto capítulo se trata y se revisa el campo de estudio de las lenguas de especialidad, estableciendo las clasificaciones existentes. Puesto que nuestro estudio se integra dentro del área del inglés de los negocios, realizamos una descripción detallada de los estudios relacionados con este campo. También en este capítulo se examina el concepto del género y el análisis del género en relación al inglés de los negocios.

En el quinto capítulo se realiza un recorrido histórico por las variedades del inglés del sur y este de Asia. Se describe detalladamente la evolución de la lengua inglesa desde la época colonial, cuando

se produjo su primer contacto con los cuatro países analizados hasta la actualidad. En este capítulo se lleva a cabo también una revisión exhaustiva de las características que definen a las variedades del inglés en los cuatro países y cómo han ido evolucionando hasta forjar las variedades que hoy se hablan.

En el capítulo sexto, se establecen los objetivos, tanto generales como específicos, que van a cimentar nuestro estudio. Los objetivos generales parten del interés por averiguar si la lengua inglesa usada por los hablantes no nativos de lengua inglesa en el contexto de los negocios es uniforme y sigue la normativa anglosajona o si, por el contrario, no se adapta al contexto socio-cultural donde se produce y encuentra una barrera comunicativa cultural. Los objetivos específicos se focalizan en hallar las variaciones que se producen en los diferentes niveles de análisis y donde poseen más incidencias dependiendo del origen del escritor.

En el capítulo séptimo se describen las distintas fases del estudio y el material y el método utilizados. También se revisan brevemente el estudio de corpus en general y su utilidad en los análisis del discurso escrito. Se lleva a cabo una detallada explicación de la empresa colaboradora y su actividad comercial, así como los pasos de la compilación del corpus y su preparación para el análisis. A continuación se describe la elaboración de las plantillas de análisis, el programa informático utilizado y cómo se realizó el análisis manual.

En el capítulo octavo se presentan los resultados obtenidos de los cuatro niveles de análisis. En dicha presentación se sigue el mismo orden establecido para el análisis. Todos los resultados se exponen en tablas, y los resultados contrastivos más significativos entre los grupos de e-mails se presentan en gráficas comparativas. Se incluyen ejemplos ilustrativos de todos los usos y variaciones de los usos de los niveles sintácticos, léxicos, de organización textual y de objetivos comunicativos.

En el capítulo noveno se presentan las conclusiones extraídas de nuestro estudio. Dichas conclusiones son producto del análisis minucioso y exhaustivo llevado a cabo en nuestro estudio y pretenden aportar algo de luz a los objetivos que se establecieron al inicio de la tesis doctoral, así como dejar el camino abierto a posteriores estudios de la misma índole.



## **2. LA GLOBALIZACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**



Los últimos años del siglo XX y los inicios del siglo XXI han sido testigos de un cambio trascendental en las formas de comunicación humana. La lengua inglesa, la globalización y las nuevas tecnologías han intervenido y han dado lugar a esta nueva situación. Las circunstancias que han influido en la transformación del inglés como lengua global tienen su origen en el pasado y por ello es fundamental revisar sus antecedentes históricos.

## **2.1. La lengua inglesa como lengua global**

Para hablar de la lengua inglesa como lengua global, es necesario observar el pasado y repasar la historia; ya que su evolución, las diferentes circunstancias y hechos que han influido sobre ella han resultado en su estatus como lengua global en la actualidad. Por lo tanto, en este capítulo realizaremos una revisión de las etapas más importantes para, a continuación, exponer sus características en la actualidad, siguiendo la síntesis histórica de la evolución del inglés realizada por David Graddol (1997). El periodo previo a la aparición de la lengua inglesa fue la invasión romana de Britannia, lo que hoy constituye Gran Bretaña, en el año 43 D.C. En aquel momento, la lengua vernácula era la celta, a partir de ese momento el latín pasó a ser la lengua oficial implantada por los romanos.

La historia de la lengua inglesa ha sido tradicionalmente dividida por los historiadores y lingüistas en tres periodos importantes: el Inglés Antiguo, el Inglés Medio y el Inglés Moderno. En la etapa del Inglés Antiguo es cuando la lengua inglesa comienza a desarrollarse tras la invasión anglosajona en el 449 D.C. y el abandono de la ínsula por parte de los romanos, aunque el latín es todavía ampliamente utilizado en la lengua escrita e incluso muchos vocablos son adoptados por el inglés antiguo. Hacia el año 850 D.C. se produjeron invasiones procedentes de Escandinavia por parte de los vikingos y esto produjo cambios en la lengua, sobre todo en el norte de Inglaterra, ya que los invasores hablaban dialectos diversos, como nos explican Freeborn, French y Langford (1993: 22), “In time, the country became known as Englalond – Angle-land- and the language as Englisc”.

Durante el periodo del Inglés Medio, la lengua experimentó muchos cambios lingüísticos a consecuencia de la invasión Normanda en 1066 D.C., capitaneada por el Duque de Normandía. El

francés pasó a ser la lengua oficial en Inglaterra, lo que afectó especialmente a la ortografía y al vocabulario. También la gramática se vio afectada, pasando del sistema de declinaciones del Inglés Antiguo al sistema en el que el orden de las palabras marcaba la función gramatical de los nombres. La gente culta adoptó cientos de palabras de origen francés, como se puede apreciar en este extracto de Chaucer en *Canterbury Tales*, donde las palabras francesas aparecen en cursiva:

In *Flaundes* whilom was a *compaignye*  
Of yonge folk that *haunteden folye*,  
As *riot, hazard, stywes*, and *tavernes*,  
Where as with harpes, *lutes* and *gyternes*,  
They *daunce* and *pleyen* at dees both day and nyght,  
And eten also and dryken over hyr nyght,  
Thurgh which they doon the devel *sacrifise*  
Withinne that develes temple, in cursed wise,  
By *superfluytee abhomynable*.  
(Freeborn, French y Langford, 1993: 27)

Este periodo fue muy floreciente literariamente hablando, y el lenguaje utilizado por los escritores empezaba a asemejarse al inglés moderno. En la época de Chaucer, a finales del siglo XIV, todavía no existía una normativa que unificase la lengua hablada en las diferentes regiones del país. Chaucer escribía utilizando la variedad culta del área de Londres, pero otros escritores contemporáneos escribían en otras variedades procedentes de otras zonas.

Es durante la etapa del Inglés Moderno, a partir de 1450 D.C., cuando el inglés empieza a despuntar como lengua hegemónica. La expansión del Renacimiento, la era Isabelina y Shakespeare marcan un hito en la lengua inglesa. La ciencia cobra importancia y científicos como Isaac Newton escriben ya en inglés sustituyendo al latín por vez primera. En estos años, Gran Bretaña se expande comercialmente y adquiere colonias en lejanas tierras, con ello, el inglés se exporta a América y a India. La primera expedición que tuvo éxito, desde Inglaterra al Nuevo Mundo data de 1607 y arribó a las costas de Chesapeake Bay. En 1620, el primer grupo de puritanos pertenecientes a la Iglesia Inglesa Separatista navegaron en el *Mayflower* hasta las costas de *Cape Cod* (Massachussets), éste fue el primer asentamiento en Norteamérica (Crystal, 1997: 31). La exportación del inglés a India se inició con la formación en 1600 de la *British East India Company* integrada por un grupo de mercaderes londinenses a los que se le concedió un monopolio comercial en dicha área por la reina Isabel I (Crystal, 1997: 47; Kachru, 2006: 153). La



invención de la imprenta representó también un avance para la lengua inglesa, ya que el primer libro impreso se realizó en inglés en 1473. Es también destacable el hecho de que el inglés se empieza a enseñar como lengua extranjera en Holanda y Francia.

En la etapa del Inglés Moderno, la lengua inglesa ya se considera una lengua nacional. A lo largo de este periodo hubo muchos intentos de normalización de la lengua con la creación de diccionarios y gramáticas (Johnson's *Dictionary* 1755, *The Oxford English Dictionary* 1858-1928). La revolución industrial también catapultó la reestructuración del trabajo y del ocio, lo que hizo del inglés la lengua internacional de la publicidad y del consumismo. Otro hecho importante para la lengua inglesa fue la invención del telégrafo, ya que éste era el medio de comunicación entre comunidades anglófonas, pasando a ser la lengua de comunicación más utilizada a través de este medio. Según el inglés iba ganando importancia en el ámbito internacional, del mismo modo el francés empezaba a perderla. Prueba de ello es que en la primera parte del siglo XX (1938) Gran Bretaña publicó el primer texto para la enseñanza del inglés, así como el primer anuncio televisivo se retransmitió en Estados Unidos en 1941.

En la última etapa del inglés moderno y coincidiendo con la paulatina independencia de las colonias británicas, fueron surgiendo diferentes variedades del inglés. La enseñanza del inglés como segunda lengua fue cobrando importancia, llegando a desarrollar una industria editorial muy destacable. Otro factor determinante a tener en cuenta tras la Segunda Guerra Mundial fue el desarrollo económico y comercial de los Estados Unidos y su influencia mundial, expandiendo así el inglés internacionalmente. Todo ello va unido a que con la era espacial aparece el lanzamiento de satélites (1965) y la llegada del hombre a la Luna, un poco más tarde, hacia 1970, se inventa Internet, lo que significaría la revolución en la comunicación de toda la humanidad. El mercado audio-visual norteamericano alcanza todos los lugares de la Tierra y se inician las primeras cadenas televisivas internacionales en inglés como la CNN, en 1989. Tras este breve recorrido de la historia de la lengua inglesa consideramos importante ahondar en su última etapa, ya que las circunstancias y factores que se conjugaron en este periodo han sido totalmente determinantes para su actual situación.

### **2.1.1. La etapa del Inglés Moderno (1450 – 1950)**

The present-day world status of English is primarily the result of two factors: the expansion of British colonial power, which peaked the end of the nineteenth century, and the emergence of the United States as the leading economic power of the twentieth century. (Crystal, 1997: 59)

Partiendo de las palabras y del profundo estudio realizado por Crystal (1997) detallaremos la evolución del inglés a partir de este momento, teniendo en cuenta estos dos hechos fundamentales. Como nos indica Crystal, uno de los factores clave para la expansión del inglés fue la colonización del imperio británico, éste además es un hecho básico para el estudio que nos ocupa. Durante el siglo XVII se desarrolló la actividad colonizadora de los británicos, aunque no fue la única nación europea que lo llevó a cabo, ya que España ya lo había iniciado con el descubrimiento de América en 1492, y otras naciones como Portugal, Francia y Holanda también se estaban expandiendo.

Durante los siglos XVII y XVIII se consolidó el concepto de nación-estado, sentando las bases territoriales y de la administración política, y con ello, el concepto de lengua nacional, la lengua que representaba el emblema de identidad nacional. Debido a esta circunstancia, el latín fue relegado a un segundo plano en el ámbito científico y cultural y el inglés fue incrementando su importancia. El crecimiento de las clases comerciales y profesionales también influyó en la necesidad de un medio de comunicación internacional.

Como hemos mencionado anteriormente, la expansión colonizadora británica se inició con las colonias en Norteamérica, lo que hoy es EEUU. Hubo dos asentamientos principales, como señala Crystal (1997: 31), uno en Virginia al sur y otro en lo que hoy conocemos como Nueva Inglaterra al norte; ambos tenían muy diferentes bagajes lingüísticos ya que los peregrinos que se asentaron en el sur procedían de la zona oeste de Inglaterra en su mayoría, en contraste con los peregrinos asentados en el norte, que procedían del este de Inglaterra, incluyendo la ciudad de Londres. Las diferencias lingüísticas se basaban principalmente en la pronunciación de la *r* y la *s*, la tendencia de no pronunciar la *r* detrás de las vocales se mantiene hoy en día todavía en los hablantes de Nueva Inglaterra.

A medida que los asentamientos fueron expandiéndose a través de la geografía de las nuevas tierras, del mismo modo lo iba haciendo la lengua y se iban desarrollando diferentes variedades

dialectales en lo que hoy se divide en variedades del inglés americano del norte, sur y medio-oeste. Durante el siglo XVIII hubo movimientos migratorios provenientes de Irlanda y Escocia que también influyeron en la evolución de la lengua. Otras lenguas también convivieron con el inglés de Inglaterra, como por ejemplo, el español, que estaba presente en muchas regiones del oeste y del suroeste, así como el francés en algunos territorios del norte y en algunas regiones del medio oeste como Lousiana. Cabe destacar también la presencia del holandés en Nueva York y el alemán en Philadelphia y, por último, no podemos olvidar la incidencia de las lenguas africanas que se introdujeron a través del comercio de esclavos a lo largo del siglo XVIII.

El siglo XIX fue también testigo de grandes migraciones procedentes de Europa causadas por diferentes razones como la pobreza, las revoluciones y el hambre en el viejo continente. Los primeros emigrantes fueron los irlandeses, italianos y alemanes, uniéndose posteriormente los judíos del centro de Europa. Durante las dos primeras décadas del siglo XX hubo una oleada migratoria muy notable, también. El inglés sirvió de nexo y símbolo de identidad nacional a todas estas personas de tan diferentes procedencias culturales y lenguas. No solamente la lengua inglesa estaba progresando en los Estados Unidos, sino también en otras zonas del continente americano como Canadá y algunas islas del Caribe, donde se desarrollaron las variedades del inglés como el *pidgin* y el *creole*, como consecuencia de las mezclas lingüísticas de las lenguas procedentes de África importadas por los esclavos.

Aparte de las colonias de América, los británicos se asentaron en Australia y Nueva Zelanda hacia finales del siglo XIX. Las cárceles británicas estaban saturadas y muchos de los convictos ingleses e irlandeses fueron trasladados a Sydney, iniciando así el movimiento migratorio a Australia. Vestigios de su forma de hablar se aprecian todavía en la actualidad en el acento *Cockney* de Londres y el *Brogue* del inglés irlandés, mezclado con las diferentes lenguas aborígenes. En el caso de Nueva Zelanda, los hechos fueron parecidos, aunque los habitantes de este país han mantenido mayor similitud en el acento y la forma de hablar con el inglés británico, aunque la lengua *Maori* ha incorporado palabras al inglés hablado en Nueva Zelanda.

África también formó parte de la actividad colonizadora de la corona británica con colonias en Sudáfrica, Sierra Leona, Ghana, Gambia, Nigeria, Camerún, Liberia, Botswana, Kenya, Lesotho, Malawi, Namibia, Tanzania, Uganda, Zambia y Zimbawe. En la actualidad, muchos de estos estados han otorgado el status de lengua oficial al inglés, contribuyendo éste al desarrollo de dichos estados por ser utilizado en los ámbitos gubernamentales, judiciales, académicos y en los

medios de comunicación. Las variedades dialectales del inglés desarrolladas en estos países han variado mucho del este al oeste de África, siendo las del este más parecidas al inglés británico.

Por último, revisaremos la colonización en el sur de Asia, aunque posteriormente en este estudio lo haremos de forma más profunda. El primer contacto de los británicos con el sudeste asiático fue en 1600, con la formación de *The British East India Company*, que, como se ha explicado anteriormente, se componía de un grupo de comerciantes a los que la reina Isabel I concedió el monopolio del comercio en la zona. El primer punto comercial se estableció en Surat en 1612 y para finales del siglo ya existían otros en Madras, Bombay y Calcutta. Durante el siglo XVIII se estableció competencia entre Inglaterra y otros países europeos (especialmente Francia) por el comercio en el área. Hacia 1858 *The British East India Company* se abolió y sus poderes fueron depositados en la corona británica.

A lo largo del periodo de soberanía británica que se extendió desde 1765 hasta 1947 (año de la independencia de la metrópoli) la lengua inglesa se convirtió en el medio de comunicación de la administración y la educación a través de toda la colonia. En la primera mitad del siglo XIX se debatía qué sistema educativo debía introducirse y fue en 1835 cuando Thomas Macaulay propuso la introducción de un sistema educativo en inglés en India. En 1837 se fundaron las universidades de Bombay, Calcutta y Madras y el inglés era la principal lengua para la docencia y como consecuencia consolidó su status y su progresivo crecimiento en el siglo posterior. Hacia 1960 existía un conflicto entre el inglés, el hindi y otras lenguas locales; llegando a la situación en la que el inglés se introdujo como lengua alternativa a la lengua local del estado, la cual era normalmente el hindi. Actualmente, el inglés tiene el status de lengua oficial asociada junto al hindi, así como es reconocida como lengua oficial en cuatro estados (Manipur, Meghalaya, Nagalan y Tripura). Como resultado, el inglés se mantiene en la actualidad como la lengua utilizada en el sistema legal, la administración gubernamental, la educación primaria y secundaria, las fuerzas armadas, los medios de comunicación, los negocios y el turismo, siendo así una fuerza de unión indiscutible. Hay que destacar que en el sur, el inglés es la lengua preferida como lengua franca en lugar del hindi, mientras que en el norte varía, dependiendo del poder político.

Pakistán, que formaba parte de India y, por lo tanto, del imperio británico, fue declarado independiente el 14 de agosto de 1947, incluyendo Bangladesh que se independizaría de Pakistán con una violenta revolución en 1971. En Pakistán, el inglés actualmente tiene el estatus de lengua oficial asociada.

En el resto de las regiones del sudeste asiático no posee status de lengua oficial, aunque sí es utilizada como lengua de comunicación internacional y es considerada como símbolo de modernidad cultural. Tanto estas regiones como las del Pacífico Sur poseen una interesante mezcla entre el inglés británico y el americano, esto es debido a las influencias recibidas de ambos países. Según Crystal (1997: 54) la presencia americana se inició a partir de la guerra de 1898 entre España y EEUU. Como resultado de dicha guerra, EEUU recibió la isla de Guam, las Filipinas y Puerto Rico (en el Caribe). También Hawai se anexionó en ese momento, tras un periodo de creciente influencia norteamericana. Aunque las Filipinas se independizaron en 1946, la importancia del inglés todavía se mantiene, siendo el país de mayor número de hablantes de inglés en la zona (alrededor de 80 millones en 2002). Por otro lado, la influencia del inglés empezó debido a los viajes realizados por marinos ingleses a finales del siglo XVIII. *The British East India Company* estableció varios centros comerciales en la zona como Penang (1786), Singapur (1819) Y Malacca (1824).

Una vez más, el poder británico se expandió y en 1867 se crearon los estados malayos federados bajo el mando de la corona británica, siendo el inglés la lengua de uso en el contexto legal y administrativo, así como en otros contextos, como lo demuestra la primera publicación del periódico *The Straits Times* en 1845 en inglés. La hegemonía de la lengua inglesa fue expandiéndose por los territorios del sudeste asiático. La isla de Hong Kong fue cedida a Gran Bretaña en 1842 por el tratado de Nanking tras la primera guerra del opio y, más tarde, la isla de Kowloon en 1860. Los nuevos territorios de la colonia fueron arrendados por China a Gran Bretaña por un periodo de noventa años en 1898. Otros territorios en la zona se convirtieron en protectorados británicos, cuya administración fue más tarde tomada por Australia y Nueva Zelanda, los cuales adoptaron el inglés como parte de su herencia cultural incluso tras su independencia.

Como hemos mencionado anteriormente en el caso de la India, en esta área también se introdujo el sistema educativo británico y, aunque al principio era poco el porcentaje de población que recibía una educación, fue incrementándose a lo largo del s. XIX con la llegada de inmigrantes procedentes de la India y China.

Crystal (1997: 57) señala que, a pesar de haber tenido una historia colonial común, no se ha desarrollado una única variedad del inglés del sudeste asiático, debido a que las historias políticas entre Singapur y Malasia han sido muy distintas, así como las situaciones acontecidas en Hong

Kong y Papua Nueva Guinea. Sin embargo Kachru (2006: 153) sí que afirma que existen variedades en el sudeste asiático.

En el caso de Singapur, el inglés se introdujo en el sistema educativo nacional, conviviendo con el chino, el malayo y el tamil. El inglés prevaleció como la lengua oficial del gobierno y del sistema legal, así como retuvo su importancia en el sistema educativo y los medios de comunicación. Su uso se ha ido incrementando entre la población y ha resultado también en una variedad local llamada *Singlish*. Sin embargo, en Malasia el inglés se ha considerado más una lengua extranjera que una segunda lengua, introduciéndose como lengua obligatoria en el sistema educativo.

Hong Kong es un caso diferente, el inglés se ha limitado siempre a los contextos gubernamentales, militares, de los negocios, de las leyes y de los medios de comunicación. La lengua materna es el cantonés, aunque el inglés comparte el estatus de lengua oficial, la lengua de uso habitual es el chino (cantonés).

El segundo factor crucial mencionado por Crystal para la expansión del inglés es la supremacía económica norteamericana durante el siglo XX, como nos indica Graddol (1997: 8),

The story of English in the 20th Century has been closely linked to the rise of the US as a superpower that has spread the English alongside its economic, technological and cultural influence.

Gran Bretaña había establecido las condiciones previas para que el inglés fuera una lengua global, como hemos explicado anteriormente; sin embargo, de no haber sido por los EEUU, cuando empezó el declive del imperio colonial británico la importancia de la lengua inglesa también habría decaído. Fue a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial cuando la influencia de Norteamérica se inició. Tras la guerra, se establecieron varias agencias internacionales para ayudar a la reconstrucción y a la futura gobernabilidad internacional. La clave, según Graddol (1997), estuvo en Las Naciones Unidas y sus organizaciones subsidiarias.

Como indica Crystal (1997), un 85% de las organizaciones internacionales utiliza el inglés como medio de comunicación. Las instituciones financieras promovidas por EEUU también tuvieron mucho peso a la hora de la expansión del idioma, como *The International Monetary Fund (IMF)* y *The World Bank*, ambas establecidas en 1944. El llamado Plan Marshall, impulsado por Estados Unidos, ayudó a la reconstrucción económica de Europa, Japón y algunas zonas del sudeste asiático, tras la Segunda Guerra Mundial.

Estados Unidos era indudablemente una superpotencia que empezaba a ejercer un poder y un control sobre los ámbitos culturales, económicos y tecnológicos internacionales. A medida que el sistema financiero americano del libre mercado se iba adoptando alrededor del mundo, también se iba extendiendo el uso del inglés.

El ámbito científico no se quedó atrás en cuanto al uso de la lengua inglesa se refiere. Hasta la Primera Guerra Mundial, el alemán había sustituido al inglés como lengua de transmisión de las investigaciones científicas, siendo la lengua más utilizada desde el siglo XVII. El creciente papel de EEUU, una vez más, aseguró el uso del inglés como lengua vehicular entre la comunidad científica internacional; como consecuencia, las más prestigiosas revistas científicas se publicaban en inglés, hecho que sigue en vigor hoy en día.

Una vez descrita la influencia producida por el inglés y su situación hegemónica hasta nuestros días, surge una cuestión que algunos lingüistas como David Graddol se empiezan a plantear: ¿Cuál será el futuro de la lengua inglesa? La situación en pleno siglo XXI está cambiando y, aunque el inglés sigue manteniendo su predominio, hay otras lenguas que empiezan a competir, como el chino (mandarín) y el español, debido a su amplia comunidad de hablantes.

No obstante antes de abordar esa cuestión debemos primero definir qué es una lengua global, o qué es una lengua internacional y qué otras definiciones se manejan en la actualidad en referencia a la incidencia de ámbito internacional del inglés.

### **2.1.2. *Global English, World English, Lingua Franca*: Concepto de lengua global, concepto de la lengua inglesa como lengua internacional**

A language achieves a genuinely global status when it develops a special role that is recognized in every country. Crystal (1997: 3)

Según explica Crystal, el papel especial que desarrolla una lengua para ser considerada como lengua global no es el hecho de ser hablada como lengua materna en un gran número de países, como es el caso de EEUU, Gran Bretaña, Australia, Irlanda, Nueva Zelanda, Canadá y Sudáfrica, sino el hecho de ser utilizada por hablantes de otras lenguas para la comunicación, bien con hablantes nativos, bien con hablantes no nativos; es decir en un contexto multicultural. Continúa

enfaticando que a esta lengua se le puede otorgar un estatus especial en diversos países, como por ejemplo, considerándola segunda lengua *English as a Second Language (ESL)* y, por otro lado puede ser considerada una prioridad a la hora de enseñarla como lengua extranjera *English as a Foreign Language (EFL)*. Todas estas características se reúnen en el uso del inglés.

A finales del siglo XX se desarrolló una creciente discusión mundial entre académicos, educadores e investigadores sobre el uso y la naturaleza del inglés y sus diferentes denominaciones: *English as World language*, *English as an International language*, *World English*, *International English* o *Global English* (McArthur, 1999). Desde 1970, muchos lingüistas han hablado de términos como *the Englishes*, *the New Englishes*, *the World Englishes* también abreviado como WE, refiriéndose a las nuevas variedades del inglés surgidas en combinación con las lenguas autóctonas de los países donde se conviven. McArthur (1999) propuso el término *the English Languages* aglutinando así a este grupo en una familia, como sucede con las lenguas romances.

En la actualidad, sigue habiendo diversas denominaciones que intentan explicar el estatus de una lengua como global. Jennifer Jenkins (2006) expone dos de dichas denominaciones *World Englishes (Wes)* y *English as a Lingua Franca (ELF)*, refiriéndose así con *WEs* a las variedades indigenizadas del inglés hablado en contextos de uso local y con *ELF* al inglés cuando es utilizado por no nativos en contextos culturales distintos. La lingüista apunta que el término *WEs* es en ocasiones sustituido por otros similares como *World English*, *International English*, *Global English*.

En cuanto al término *ELF*, indica Jenkins (2006), a veces es sustituido por *International English*, que a su vez es la abreviación de *English as an International Language* o *EIL*. Esta denominación complica la situación ya que hay autores que consideran que *EIL* se refiere al inglés hablado por no nativos en contextos nacionales, otros también incluyen su uso en países cuya lengua materna es el inglés y, por último, están los que se refieren al uso del inglés como medio de comunicación internacional entre países cuya lengua materna es otra. Como consecuencia y por la confusión que produce la palabra *international*, los investigadores prefieren utilizar el término *ELF*. Seidlhofer (2004: 211) apunta también que el término *international* puede llevar a pensar que se trata de una variedad del inglés unitaria que se puede distinguir de las demás sin ningún problema, no siendo así, ya que aún hoy en día no están delimitadas sus reglas y normas, aunque es objeto de estudio,



como lo demuestran investigaciones como la de Jenkins (2000) sobre la fonología del inglés como lengua internacional.

Otros estudiosos consideran que las denominaciones o 'etiquetas' como por ejemplo, *Global*, *World*, *Lingua franca*, mitifican la lengua inglesa pero que no tienen validez funcional o sociolingüística (Kachru & Smith, 2009) y que un enfoque social realista de la lengua debe reconocer que la variación existe incluso dentro de las mismas fronteras nacionales, ya sea americana, australiana o británica. Esta afirmación también se aplica a las variedades del inglés habladas en los países no considerados nativos.

Por otro lado, Jenkins (2006) explica que existe un problema relacionado con el llamado *World Standard (Spoken) English* siendo considerada esta denominación como una hipotética y monolítica forma del inglés que algunos académicos creen que se está desarrollando por su cuenta, aunque Crystal considera que el inglés americano es el que más influencia ejerce sobre esta forma. Otros piensan que esta forma tiene mucho que ver con *ELF* y critican que promocioe una variedad del inglés basada en las normas del inglés americano y británico. Sin embargo, continúa Jenkins, no hay nada más lejos de la realidad, ya que los estudiosos de *ELF* excluyen de su campo de estudio a aquellos hablantes cuya lengua materna es el inglés, enfatizando el estudio en aquellos cuya lengua materna es otra. Los investigadores de *ELF* proponen que el inglés no tenga un patrón rígido, siguiendo las normas del inglés hablado por los hablantes nativos, sino que, identifique los rasgos lingüísticos comunes pero que sea flexible a la hora de aceptar variaciones según los contextos donde se hable.

Como hemos mencionado anteriormente, el concepto del inglés como lengua internacional es objeto de discusión constante, lo que sí está claro es que cada vez más personas se comunican en inglés, ya sea de forma oral o escrita, y, por lo tanto, como sugiere Seidlhofer (2003: 14-15), es necesario llevar a cabo una mayor y más amplia investigación sobre este tema para poder obtener resultados que nos permitan establecer las características que determinan esta variedad del inglés. También Seidlhofer apunta que existen más estudios sobre el uso oral del inglés como lengua internacional que de su uso escrito, como por ejemplo el proyecto VOICE (The Vienna-Oxford International Corpus of English). No obstante, debemos mencionar también los estudios realizados sobre el discurso escrito circunscritos más al inglés para fines específicos y académicos como los de Swales (1990) y Bathia (1993).

Sea cual fuere la denominación que se prefiera utilizar, lo evidente es que el inglés adquiere el estatus de lengua internacional cuando los hablantes lo eligen como forma de comunicación en un contexto multicultural. Ante estos hechos nos preguntamos: ¿Debemos seguir todavía las normas establecidas por los hablantes nativos o por el contrario podríamos empezar a considerar la posibilidad de proponer otras? Esta y otras cuestiones se plantean entre los estudiosos del tema, ¿Cómo es el inglés como lengua internacional? ¿Cómo se habla y escribe? ¿Cómo se diferenciaría la enseñanza del inglés como lengua internacional de la enseñanza del inglés como segunda lengua o lengua extranjera? (Seidlhofer, 2003: 12). La mayor parte de los textos y manuales de enseñanza del inglés se basan en el inglés británico y americano y en la cultura anglo-americana, sin embargo, el número de hablantes no nativos es muy superior al de los hablantes nativos (Crystal, 1997).

Una vez establecido el concepto de lengua internacional, consideramos relevante clasificar qué países hablan inglés y en qué grado lo hacen, por lo tanto, para poder entender en profundidad el concepto de inglés como lengua internacional, es importante establecer cuáles son las diferencias entre hablantes nativos y no nativos y cómo se definen.

### **2.1.3. Clasificación de países de habla inglesa**

Para una mejor comprensión, debemos referirnos a la clasificación llevada a cabo por el lingüista norteamericano de origen indio Kachru (1985). Este investigador realiza una división en tres círculos concéntricos; *the inner circle*, *the outer circle* and *the expanding circle*, como se aprecia en la Figura 1:

*Why English? The historical context*

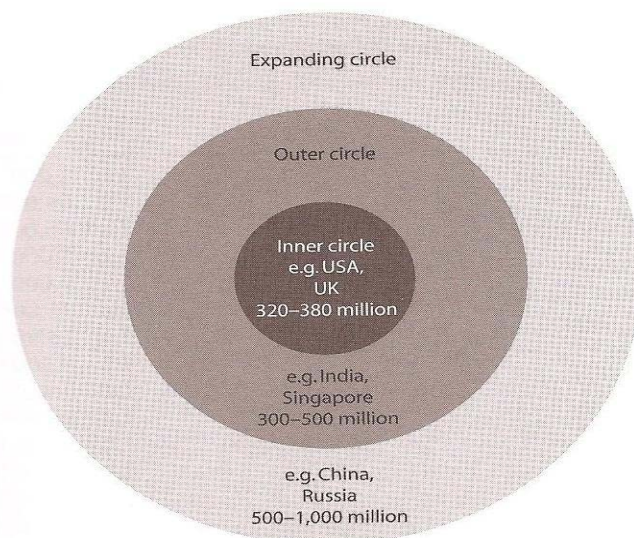


Fig. 1. Clasificación de hablantes nativos y no nativos de Kachru (1985).

Los tres círculos concéntricos representados por Kachru fueron el primer intento de establecer cierta diferenciación entre los diferentes hablantes del inglés y cómo lo habían aprendido:

- El círculo interior o *inner circle* representa los países cuya lengua materna es el inglés: EEUU, Gran Bretaña, Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda.
- El círculo medio externo o *outer circle* integra los países de hablantes no nativos en los que el inglés se introdujo como segunda lengua, como son las colonias inglesas y norteamericanas. La lengua inglesa ha adquirido y juega un papel importante en las instituciones de estos países, siendo considerado como segunda lengua en un contexto donde conviven varias lenguas. Este círculo se refiere a países como Singapur, India, Pakistán y muchos países africanos, hasta un total de cincuenta.
- El círculo exterior que se expande o *expanding circle* representa aquellos países que consideran importante el uso de la lengua inglesa como medio de comunicación internacional, aunque no han experimentado ningún tipo de colonización, como tampoco le han concedido ningún lugar importante sino que es aprendida como lengua extranjera.

Como hemos señalado anteriormente, esta clasificación fue realizada en los años 80, sirviendo como punto de partida; sin embargo, a lo largo de estos últimos años, se ha ido actualizando y

variando por diferentes estudiosos. Graddol (1997: 10) considera la clasificación como un punto de partida muy útil; sin embargo, alerta del inconveniente de situar a los hablantes nativos en el núcleo de los círculos, como fuente y modelo de corrección, anticipando que no será considerado como modelo más útil a seguir en el presente siglo, como se expone en la Figura 2:

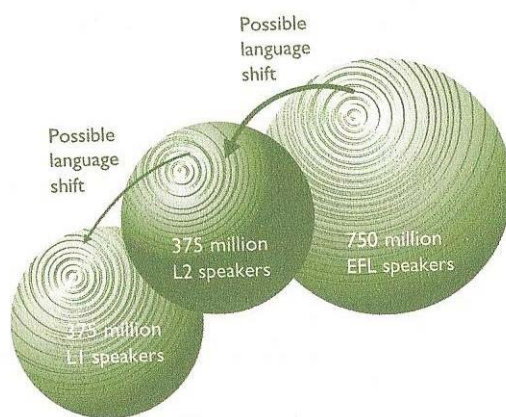


Fig. 2. Número de hablantes de inglés y las tres diferentes clasificaciones según Graddol (1997: 10).

En su estudio, *The Future of English*, Graddol (1997) analiza en profundidad la situación mundial de la lengua inglesa a partir de su estatus en los diferentes países clasificados por Kachru. Según dice el lingüista inglés, treinta países utilizan el inglés como lengua materna, como se puede ver en la Figura 3:

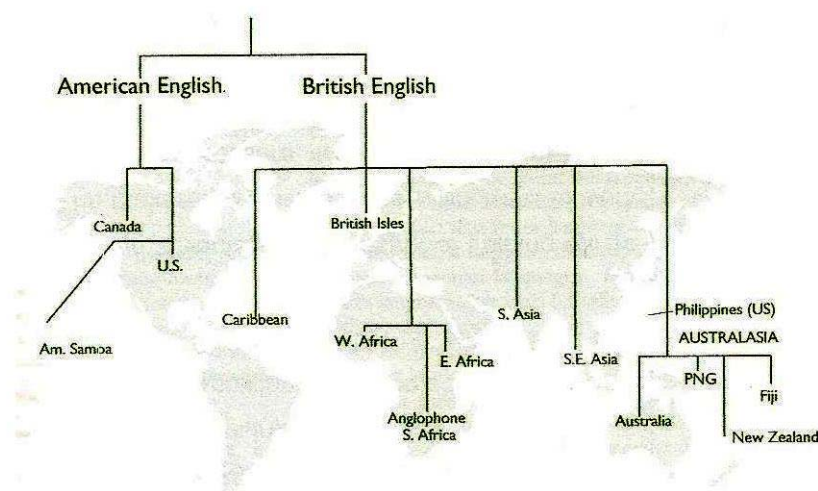


Fig. 3. Mapa de países y zonas de habla inglesa Graddol (1997: 11).

Anteriormente ya había calculado Crystal (1997) que alrededor de unos 377 millones de personas hablaban inglés como lengua materna. En el siglo XIX, continúa Graddol, era común referirse al inglés como lengua de la administración en un tercio de la población mundial y resulta muy interesante saber que, en la actualidad, la estimación de un tercio de la población se refiere a todos aquellos hablantes que, de una forma u otra están en contacto con el inglés según estimaciones de Crystal (1997).

El nivel de competencia de uso del inglés, tanto de los hablantes de inglés como segunda lengua como los hablantes de inglés como lengua extranjera, varía desde una fluidez propia de un nativo a un nivel muy elemental. La lengua inglesa es de uso primordial para los hablantes de *EFL* (English as a Foreign Language) en la comunicación internacional y para los hablantes de *ESL* (English as a Second Language) en la comunicación dentro de las fronteras de su país. Graddol continúa su análisis explicando que el uso extendido del inglés como segunda lengua ha provocado el surgimiento de algunas variedades del inglés en antiguos territorios colonizados en el sudeste asiático, Asia del sur, África y el Caribe, lo que denomina *New Englishes*. A pesar de que estas variedades del inglés tienen su propio dinamismo, muy frecuentemente se detecta la tendencia a la corrección, siguiendo las pautas del modelo del inglés colonizador, en la mayoría de los casos, el inglés británico.

En tercer lugar, Graddol habla del rápido crecimiento del grupo de hablantes del inglés como lengua extranjera y del aumento del interés en su aprendizaje mundialmente. Como sucede con el grupo de *ESL*, el grupo de hablantes de *EFL* engloba muy diferentes niveles de competencia y destreza, desde el nivel más básico al nivel más alto, cercano a la competencia del hablante nativo. Lo más destacable de este grupo de hablantes es que no existe un modelo local del inglés, ya que en su forma de hablar se reflejan las diferentes lenguas maternas, y éstas son muy amplias y variadas como, por ejemplo, el español, el francés, el alemán, etc.

A continuación, en las figuras 4 y 5, se presenta un listado elaborado por Crystal (2003) donde se muestran los países que utilizan el inglés como medio de comunicación, además de la población y la cantidad estimada de personas que hablan inglés como L1 o L2:

<i>Territory</i>	<i>Population (2001)</i>	<i>Usage estimate</i>	<i>Territory</i>	<i>(2001)</i>	<i>Usage estimate</i>
American Samoa	67,000	L1 2,000 L2 65,000	Guam	160,000	L1 58,000 L2 100,000
Antigua & Barbuda (c)	68,000	L1 66,000 L2 2,000	Guyana (c)	700,000	L1 650,000 L2 30,000
Aruba	70,000	L1 9,000 L2 35,000	Hong Kong	7,210,000	L1 150,000 L2 2,200,000
Australia	18,972,000	L1 14,987,000 L2 3,500,000	India	1,029,991,000	L1 350,000 L2 200,000,000
Bahamas (c)	298,000	L1 260,000 L2 28,000	Ireland	3,850,000	L1 3,750,000 L2 100,000
Bangladesh	131,270,000	L1 3,500,000	Jamaica (c)	2,665,000	L1 2,600,000 L2 50,000
Barbados (c)	275,000	L1 262,000 L2 13,000	Kenya	30,766,000	L1 2,700,000 L2 2,400,000
Belize (c)	256,000	L1 190,000 L2 56,000	Kiribati	94,000	L1 23,000 L2 500,000
Bermuda	63,000	L1 63,000	Lesotho	2,177,000	L1 600,000 L2 2,500,000
Botswana	1,586,000	L1 630,000	Liberia (c)	3,226,000	L1 540,000 L2 540,000
British Virgin Islands (c)	20,800	L1 20,000	Maiawi	10,548,000	L1 380,000 L2 7,000,000
Brunei	344,000	L1 10,000 L2 134,000	Malaysia	22,230,000	L1 7,000,000 L2 13,000
Cameroon (c)	15,900,000	L1 7,700,000	Malta	395,000	L1 95,000 L2 60,000
Canada	31,600,000	L1 20,000,000 L2 7,000,000	Marshall Islands	70,000	L1 2,000 L2 200,000
Cayman Islands (c)	36,000	L1 36,000	Mauritius	1,190,000	L1 4,000 L2 60,000
Cook Islands	21,000	L1 1,000 L2 3,000	Micronesia	135,000	L1 4,000 L2 60,000
Dominica (c)	70,000	L1 3,000 L2 60,000	Montserrat (c)	4,000	L1 4,000 L2 14,000
Fiji	850,000	L1 6,000 L2 170,000	Nambia	1,800,000	L1 300,000 L2 900
Gambia (c)	1,411,000	L1 40,000	Nauru	12,000	L1 10,700 L2 7,000,000
Ghana (c)	19,894,000	L1 1,400,000	Nepal	25,300,000	L1 3,700,000 L2 150,000
Gibraltar	31,000	L1 28,000 L2 2,000	New Zealand	3,864,000	
Grenada (c)	100,000	L1 100,000			

(cont.)

Fig. 4. Lista de países habla inglesa donde esta lengua ha tenido una relevancia especial (Crystal, 2003: 62-63).

<i>Territory</i>	<i>Population (2001)</i>	<i>Usage estimate</i>	<i>Territory</i>	<i>Population (2001)</i>	<i>Usage estimate</i>
Nigeria (c)	126,636,000	L1 60,000,000	Trinidad & Tobago (c)	1,170,000	L1 1,145,000
Northern Marianas (c)	75,000	L1 5,000 L2 65,000	Tuvalu	11,000	L1 800
Pakistan	145,000,000	L1 17,000,000	Uganda	23,986,000	L1 2,500,000
Palau	19,000	L1 500 L2 18,000	United Kingdom	59,648,000	L1 58,190,000 L2 1,500,000
Papua New Guinea (c)	5,000,000	L1 150,000 L2 3,000,000	UK Islands (Channel Is, Man)	228,000	L1 227,000
Philippines	83,000,000	L1 20,000 L2 40,000,000	United States	278,059,000	L1 215,424,000 L2 25,600,000
Puerto Rico	3,937,000	L1 100,000 L2 1,840,000	US Virgin Islands (c)	122,000	L1 98,000 L2 15,000
Rwanda	7,313,000	L1 20,000	Vanuatu (c)	193,000	L1 60,000 L2 120,000
St Kitts & Nevis (c)	43,000	L1 43,000	Zambia	9,770,000	L1 110,000 L2 1,800,000
St Lucia (c)	158,000	L1 31,000 L2 40,000	Zimbabwe	11,365,000	L1 250,000 L2 5,300,000
St Vincent & Grenadines (c)	116,000	L1 114,000	Other dependencies	35,000	L1 20,000 L2 15,000
Samoa	180,000	L1 1,000 L2 93,000	Total	2,236,730,800	L1 329,140,800 L2 430,614,500
Seychelles	80,000	L1 3,000 L2 30,000			
Sierra Leone (c)	5,427,000	L1 500,000 L2 4,400,000			
Singapore	4,300,000	L1 350,000 L2 2,000,000			
Solomon Islands (c)	480,000	L1 10,000 L2 165,000			
South Africa	43,586,000	L1 3,700,000 L2 11,000,000			
Sri Lanka	19,400,000	L1 10,000 L2 1,900,000			
Suriname (c)	434,000	L1 260,000 L2 150,000			
Swaziland	1,104,000	L1 50,000			
Tanzania	36,232,000	L1 4,000,000			
Tonga	104,000	L1 30,000			

Fig. 5. Lista de países habla inglesa donde esta lengua ha tenido una relevancia especial (Crystal, 2003: 62-63).

En la actualidad se están produciendo muchos cambios en torno al uso del inglés, los países que Graddol menciona están en transición de cambiar del grupo de hablantes de ILE (Inglés como Lengua Extranjera) al grupo de ISL (Inglés como Segunda Lengua), por utilizar el inglés dentro de sus propias naciones cada vez más; podemos incluir, por ejemplo, Argentina, Bélgica, Costa Rica, Dinamarca, Etiopía, Honduras, El Líbano, Myanmar (Burma), Nepal, Países Bajos, Nicaragua, Noruega, Panamá, Somalia, Sudán, Surinam, Suecia, Suiza y Los Emiratos Árabes.

Por otro lado, Graddol (1997) ha investigado el aumento de personas que usan el inglés en áreas de ISL, caso que está sucediendo en países como Pakistán, India, Nigeria y Filipinas; así como también ha investigado sobre el cambio del uso del inglés en el contexto doméstico por grupos de personas que anteriormente solo lo utilizaban en contextos profesionales o que pertenecían a las clases medias. Como consecuencia de los cambios sociales y económicos, el inglés está adquiriendo nuevos hablantes.

No cabe duda de que la clasificación realizada por Kachru supuso un punto de partida, aunque no está exenta de problemas, tal como apunta Jenkins (2003: 17). Algunos de estos problemas están relacionados con los recientes cambios experimentados por el uso del inglés y otros se producen por los diferentes intentos de categorizar los usos y los usuarios. A continuación expondremos algunos de los problemas que Jenkins (íbid) ha detectado:

- El modelo está basado más en un marco geográfico y de cuestiones genéticas más que en la forma en la que los hablantes se identifican y usan el inglés. Algunos hablantes del *Outer circle* hablan el inglés como primera lengua e incluso, en ocasiones, como su única lengua, por ejemplo en el caso de Singapur. Mientras tanto, un gran número de hablantes del *Expanding Circle* utiliza la lengua inglesa para una gran variedad de fines, incluyendo la comunicación de tipo social con hablantes nativos y mucho más frecuentemente, con hablantes no nativos que hablan su propia lengua u otras diferentes. Todo ello sucede tanto en contextos nacionales como internacionales. Por lo tanto, la manera en la que estos hablantes se identifican con la lengua difiere de la que Kachru propone en sus círculos concéntricos.
- Existe un área que no está claramente definida entre los *Inner* y *Outer Circles*. Algunas personas pertenecientes al *Outer Circle* aprenden como primera lengua el inglés,

hablándolo en el ambiente familiar más que en el contexto oficial, educativo, legal y gubernamental.

- Numerosos hablantes hacen uso de varias lenguas, siendo así bilingües o incluso multilingües, lo hacen para diferentes fines y en diversos contextos, según tengan la necesidad. Como consecuencia, resulta muy complicado distinguir si el inglés es primera, segunda o tercera lengua (L1, L2 o L3).
- Es difícil definir o establecer una clasificación de competencia lingüística del inglés, ya que puede darse el caso en el que un hablante nativo tenga un vocabulario pobre y una competencia gramatical deficiente y, sin embargo, un hablante no nativo tenga un amplio vocabulario y un nivel gramatical muy alto. Como consecuencia, el hecho de ser considerado hablante no nativo no implica que la competencia lingüística sea peor que la de un hablante nativo.
- Tampoco este modelo puede representar al Inglés para Fines Específicos, por ejemplo el inglés tecnológico y científico, ya que en este ámbito la competencia lingüística de sus hablantes es muy similar, independientemente del círculo del que procedan.
- Otra carencia de este modelo es que propone una situación uniforme y homogénea para todos los países pertenecientes a un determinado círculo, sin embargo, eso no es realmente así, ya que dentro de estos países existe también diversidad lingüística, como es el caso de EEUU y Gran Bretaña, que se hallan dentro del *Inner Circle*. En el *Outer Circle* se da el caso de hablantes que pertenecen a una élite, como en India, y, por el contrario, el caso de Singapur en donde el inglés se habla de forma más extendida por toda la población. También existen variaciones del inglés dentro de un contexto nacional, como ocurre en la India.
- Por último, Jenkins analiza y cuestiona el término *Inner Circle*, que incluye a los países nativos de la lengua inglesa y que son considerados como modelo de corrección lingüística a seguir, cuando actualmente su influencia está en declive.

Otros lingüistas han propuesto otras clasificaciones, como es el caso de Modiano (1999) que propone un modelo en cuyo centro se encuentra el *EIL* con unas determinadas características compartidas tanto por hablantes nativos como por no nativos de inglés; a continuación inserta un segundo círculo que engloba rasgos que pueden llegar a convertirse en propios de *EIL* y



finalmente, el círculo o zona externa está compuesta de cuatro grupos de hablantes: los que pertenecen tradicionalmente a los hablantes nativos, otras variedades mayoritarias, variedades locales y variedades extranjeras. Lo que sorprende de este último grupo es que Modiano considera que los rasgos y características propias de estas comunidades de hablantes hacen muy probable que no se entiendan entre sí. Según el autor, el modelo propuesto por Kachru no es muy útil desde el punto de vista del inglés como lengua internacional. A su vez, también Modiano tiene detractores que cuestionan su clasificación, como la propia Jenkins quien cuestiona la clasificación, ya que Modiano se refiere a variedades mayoritarias y variedades locales, donde se incluye el inglés de India como variedad local y no mayoritaria.

#### 2.1.4. Los hablantes nativos y no nativos

[...]there is little question that in the course of this Century the number of L2 users of English will continue to grow, far exceeding the number of native speakers. (Mckay, 2002: 27)

Partiendo de esta afirmación de Mckay, que ha sido apoyada por muchos lingüistas, (Graddol, 1997; Crystal, 1997; Kirkpatrick, 2007) explicaremos lo que tradicionalmente ha sido considerado como un hablante nativo de una lengua y estableceremos las diferencias en la actualidad entre los hablantes nativos y los hablantes no nativos. El diccionario *Oxford Concise Dictionary of Linguistics* (Matthews, 1997: 238) define como hablante nativo a aquella persona que ha adquirido la lengua de forma natural en la infancia en contraposición a aquella lengua aprendida más tarde a través de una educación formal. Sin embargo, esta definición podría parecer ambigua si se diera la situación, según McKay (2002), en la que el niño hubiese estado en contacto con una persona que le cuidase y fuera hablante de otra lengua diferente. En ese caso, el niño podría haber aprendido nociones de dicha lengua pero más tarde acaba hablando otra que considera su lengua materna. Consecuentemente, esta definición de hablante nativo, es decir, el primer contacto de una persona con una lengua, no es suficiente para considerar a alguien como hablante nativo. Existen muchas situaciones diferentes en las que niños aprenden más de una lengua a la vez y, por lo tanto, deben ser considerados como hablantes nativos de varias lenguas, como es el caso de los matrimonios mixtos en los que los padres son hablantes de diferentes lenguas maternas. Crystal (1997: 6) ilustra la dificultad de definir al hablante nativo con un claro ejemplo:

In the Emirates a few years ago, for example, I met a couple – a German oil industrialist and a Malaysian – who had courted through their only common language, English, and decided to bring up their child with English as their primary language of the home. So there is a baby learning English as a foreign language as its mother tongue.

Existen numerosos casos como éste, continúa Crystal (1997), que plantean la cuestión de cómo estos niños contribuirán en el futuro a la lengua inglesa e, inevitablemente de, lo harán de forma distinta a la de los denominados tradicionalmente hablantes nativos. La definición de hablante nativo ha sido discutida ampliamente, asociándose en algunos casos con la identidad del hablante o pertenencia a un determinado grupo de personas. De este modo, la persona no elige el grupo

social donde nace, pero sí decide a lo largo de su vida con qué otros grupos sociales se relaciona, pudiendo convertirse así en hablante nativo de otras lenguas (Davies, 1991).

En otros casos, se ha asociado a la idea del nivel de competencia de su uso, pero he aquí variedad de opiniones también. Por un lado, hay estudiosos que opinan que la relación entre la lengua y su competencia no es casual y que pueden existir variedad de situaciones. Se puede dar el caso en el que una persona use el inglés como lengua materna desde la infancia y no adquiera un nivel de competencia alto, aunque sea la lengua dominante en el entorno familiar. Por esta razón, algunos educadores del *Inner Circle* censuran la falta de competencia del inglés en muchos de los llamados hablantes nativos. Y, por el contrario, un individuo cuyo uso del inglés es más restringido, puede llegar a adquirir un nivel de competencia alto a través del esfuerzo y la motivación personal (McKay, 2002: 29).

Hay lingüistas que proponen manejar el término ‘experto’, en lugar de hablante nativo, en cuyo caso se referiría más al nivel de competencia del inglés que a la pertenencia o identificación con un determinado grupo social. Dicho estado sería aprendido y no innato y, por lo tanto, puede ser juzgado por otras personas y calificado a través de procesos de certificación (Rampton, 1990).

Según Jenkins (2003: 80-83), la denominación hablante nativo / hablante no nativo del inglés es perfectamente aplicable al ámbito de *EFL*, donde el inglés es aprendido como lengua extranjera, sin embargo no puede ser aplicable al ámbito de *EIL*, donde la mayoría de los hablantes son hablantes de inglés como segunda lengua y donde los llamados hablantes nativos frecuentemente están ausentes. Esta lingüista alega una serie de razones para respaldar su afirmación:

- El término hablante nativo no reconoce algunas variedades del inglés en el *Outer Circle* como es el caso de Singapur, donde el inglés se habla no sólo en el ámbito oficial sino también en el ámbito familiar.
- Ignora el hecho que el inglés es, con frecuencia, una de las varias lenguas habladas en el repertorio de comunidades multiculturales en países como India, donde es muy difícil decidir qué lengua es la primera, segunda o tercera de un hablante determinado.
- Perpetúa la idea de que el monolingüismo es la norma mundial cuando, de hecho, la mayoría de las personas son bilingües o multilingües.

- Reconoce al hablante anglosajón como centro de referencia para evaluar al resto de hablantes del inglés.
- Implica el uso del término no nativo adjudicado a aquellas personas que han aprendido el inglés y han adquirido un estatus bilingüe, que en su opinión es despectivo.
- Con esta distinción entre hablante nativo y no nativo se provocan percepciones negativas especialmente entre los hablantes no nativos como profesores e investigadores, siendo en muchas ocasiones rechazados en puestos de enseñanza o sus publicaciones criticadas en revistas internacionales de lingüística.
- Anima a una visión muy simplista de lo que constituye error en el uso de la lengua inglesa, y provoca deficiencias en la evaluación de pruebas o exámenes internacionales, ya que los hablantes del inglés, independientemente de la variedad de lengua que utilizan, están siendo evaluados siguiendo la normativa estándar la ‘nativa’.

Jenkins (2003) propone un cambio de concepción en la terminología tradicional:

1. Para hablantes que hablan inglés como única lengua propone el término *Monolingual English Speaker (MES)*.
2. Para hablantes competentes en inglés y al menos otra lengua más sin importar en qué orden fueron aprendidas, *Bilingual English Speaker (BES)*.
3. Para aquellos hablantes que no son bilingües en inglés pero, no obstante, poseen un nivel de competencia razonable, propone el término *Non-Bilingual English Speaker (NBES)*.

Defiende la idea que esta terminología favorece a los hablantes bilingües, argumentando que el monolingüismo no es la condición preferible en la actualidad. Por otro lado, el término bilingüe elimina la que, según ella, es una distinción artificial entre hablantes de L1 y L2 (en un contexto internacional) y, por lo tanto, a largo plazo eliminará la antes mencionada discriminación existente contra los profesores no nativos. Por otro lado, Jenkins admite las desventajas que puede entrañar dicha terminología, particularmente refiriéndose a la dificultad de trazar una línea entre la competencia bilingüe versus la no bilingüe y, sobretodo, quien debe trazarla.

McKay (2002: 27) propone por su lado la denominación *Bilingual User of English* en la que incluye una amplia variedad de niveles de competencia del inglés, precisamente por la dificultad

de trazar una línea entre los hablantes con un nivel muy alto de competencia y los que no lo tienen tan alto. Dentro de esta clasificación diferencia las siguientes sub-clases:

1. *Bilingual users of English in Inner Circle countries*

Se trata, normalmente, de hablantes que pertenecen a una primera o segunda generación de inmigrantes. En muchos casos, particularmente entre inmigrantes o hijos de inmigrantes, el inglés se utiliza en dominios públicos e incluso en dominios privados, como en el círculo familiar y de amigos. Las diferencias entre estos hablantes y los pertenecientes a los otros círculos son claras, explica la autora. En primer lugar, adquieren la lengua inglesa por la migración, en lugar del proceso de macro-adquisición que ocurre en los países de los otros dos círculos. En segundo lugar, para la mayoría de estos hablantes, el inglés es la lengua preferida de todas las de su repertorio. En tercer lugar, muchos de estos hablantes se acaban identificando con la cultura del país y se convierten en hablantes de comunidades en las que sólo se habla inglés. Finalmente, para algunos hablantes, el inglés acaba sustituyendo a las otras lenguas que hablan, especialmente sucede en hablantes jóvenes.

2. *Bilingual users of English in Outer Circle countries*

En este círculo, los hablantes están empezando a usar el inglés en un mayor número de contextos y dominios. Según McKay (2002), se utiliza incluso en contextos informales, como en Singapur y Sudáfrica, donde el inglés se está promocionando en colegios multiculturales y multilingües, además de ser utilizado en los medios de comunicación. En los casos citados arriba, el patrón de comportamiento se asemeja en gran medida a aquel llevado a cabo en los países del *Inner Circle* por los inmigrantes. Sin embargo, hay una notable diferencia, ya que, mientras los hablantes bilingües del *Inner Circle* normalmente quieren conectar el aprendizaje y uso del inglés con la cultura del país donde viven, los hablantes bilingües de los otros círculos no tienen ese objetivo.

3. *Bilingual users of English in Expanding Circle countries*

Para los países incluidos en el *Expanding Circle*, se utiliza el inglés principalmente como medio de comunicación internacional. McKay expone ejemplos como el de un hombre de negocios japonés que puede que emplee el inglés como lengua de comunicación con un hombre de negocios brasileño para llevar a cabo negociaciones. Este y otros ejemplos ilustran el uso del inglés con fines internacionales, no obstante, existe gran variación en dicho uso, ya

que hay países, como es el caso de Dinamarca, Noruega y Suecia, donde el uso del inglés dentro de sus propias fronteras es tan prevalente que pueden llegar a considerarse países del *Outer Circle*.

Como se ha explicado anteriormente la definición de hablante nativo no está muy clara, por lo tanto, ¿es este el modelo de perfección que debemos seguir? ¿Quién ostenta la propiedad del inglés, los ingleses o los billones de personas que la utilizan aunque no sea su lengua materna? Esta pregunta ha sido cuestión de debate durante mucho tiempo, pero recientemente se ha hecho más evidente debido al uso de Internet para comunicarnos.

Muchas voces se han alzado en defensa de que son los hablantes internacionales los usuarios reales del inglés. Widdowson (1994) indica que este idioma se originó en Inglaterra, donde los británicos lo custodian como una propiedad del Tesoro Nacional, pero si lo que se quiere es encontrar una forma real y apropiada de la lengua allí es donde hay que referirse; pero que también el inglés se ha extendido y se sigue extendiendo ampliamente gracias a la semilla imperial. Según este lingüista, la lengua inglesa se implantó en otras naciones pero no se cedió completamente porque todavía reivindican su propiedad y tratan de protegerla del abuso, que según ellos, se hace de ella. Habrá otras variedades y otros tipos de inglés, pero no el auténtico y genuino. El lingüista admite la exageración de su tono burlesco, pero dice que ahí subyace la verdad. Los británicos, durante años, han defendido el llamado *standard English*, y han intentado preservarlo con su exclusiva calidad. Widdowson (1994) critica esta postura minoritaria alegando que, dentro del conjunto de los llamados hablantes nativos, también hay variaciones y dialectos. Normalmente, el inglés estándar se refiere más al discurso escrito dentro de las instituciones académicas, educativas, administrativas, etc. que al oral. La cuestión es saber qué comunidad hablante tiene el derecho de reclamar la propiedad del inglés, continúa el autor, un grupo de personas que viven en una isla europea o las diferentes comunidades que lo utilizan con propósitos institucionales que trascienden las fronteras, refiriéndose a la comunidad del ámbito de los negocios y también a la comunidades integradas por investigadores, académicos, científicos y técnicos.

Se teme que el inglés se resquebraje y pierda su identidad, aunque de alguna manera esto ya ha sucedido, ya que las variedades surgidas en los distintos contextos mencionados, a veces no son inteligibles entre sí. Sin embargo, Widdowson (1994) aboga por no confinar el idioma a un léxico estándar y permitirle que sea capaz de adaptarse a los cambios que se presenten. El

inglés, como cualquier otra lengua, es por naturaleza cambiante e inestable, adaptando su forma para adecuarse a las circunstancias. Concluye diciendo que es un hecho constatado que el inglés es una lengua internacional y que ninguna nación tiene su custodia. Si así fuera, inmediatamente se eliminaría su estatus internacional y, por el contrario, los denominados hablantes nativos deberían sentir orgullo y satisfacción de que su lengua sea un medio de comunicación internacional.

Graddol (2006: 114) nos indica que, tradicionalmente, los hablantes nativos han sido considerados el modelo a seguir y los mejores profesores. Sin embargo, en la actualidad, de alguna manera se consideran un obstáculo para el libre desarrollo del inglés global. Durante el siglo XX, los hablantes nativos promocionaron de forma entusiasta el aprendizaje del inglés por todo el mundo, aunque parecía que a finales del siglo no había que hacer tantos esfuerzos, ya que el dominio del inglés era una necesidad económica urgente. Así pues, se consideraba a los hablantes nativos como los árbitros de la calidad y la autoridad en la lengua, aunque, según indica Graddol, en la actualidad se les identifica más como parte del problema que como fuente de solución. Junto al aprendizaje del idioma está también el aprendizaje del bagaje cultural que es intrínseco en él, como se ha hecho tradicionalmente en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. No obstante, este enfoque no es una prioridad actualmente para las personas que quieren hablar inglés como lengua internacional. Los acentos de los hablantes nativos parecen muy remotos para aquellas personas con las que quieren comunicarse, además los hablantes y profesores nativos en ocasiones no poseen las habilidades y competencias que son atribuibles a los hablantes bilingües en casos como los de la traducción y la interpretación.

Por otro lado, Graddol (2006: 87) dice que los enfoques de enseñanza del inglés han variado sensiblemente debido a la inevitable tendencia a aprender el inglés como lengua global. Los investigadores que defienden la enseñanza del inglés como lengua franca proponen una forma de enseñar en la que se reflejan las necesidades y aspiraciones de los cada vez más numerosos hablantes no nativos que utilizan el inglés para comunicarse con otros hablantes no nativos (Jenkins, 2000; McKay, 2002; Seidlhofer, 2004).

Por esta razón, el área de investigación sobre cómo los hablantes no nativos usan el inglés entre sí ha adquirido una gran importancia, tomemos como ejemplo el proyecto *The Vienna-Oxford International Corpus of English (VOICE)*, dirigido por Barbara Seidlhofer, se trata de una recopilación de interacciones de la lengua franca cuyo objetivo es ayudar a los lingüistas a

comprender mejor el desarrollo del inglés como lengua franca y de apoyar a los usuarios del inglés, cuestionando cómo ellos piensan que deberían cambiarse los enfoques convencionales. Dentro de esta área de estudio, se le da más importancia a la inteligibilidad que a la proximidad a un modelo de hablante nativo.

Otro trabajo digno de mención es el llevado a cabo por la lingüista Jenkins (2000) sobre la fonología del inglés como lengua internacional. Este trabajo sugiere nuevas formas de democratizar la pronunciación lejos de las normas de los hablantes nativos, ofreciendo de esta manera a los hablantes la posibilidad de expresar su propia identidad a través de las características fonológicas de sus lenguas maternas.

Por otra parte, hay investigadores que defienden el modelo del hablante nativo para la enseñanza del inglés como Kuo (2006) y Timmis (2002), que realizan un estudio de cómo los alumnos y profesores se ajustan a las normas de los hablantes nativos, averiguando que donde se produce más es en la pronunciación y en la gramática. Según este estudio, los alumnos expresaron el deseo de retener algo de su lengua materna, sin embargo, los profesores resaltaron la importancia de remitirse al modelo nativo como modelo de perfección. Kuo (2006) también favorece al modelo nativo, ya que es el conveniente y completo punto de partida, especialmente por su riqueza sociocultural. Sin embargo, otros autores opinan que el hecho que estos estudios se hayan llevado a cabo en contextos de ISL, puede haber afectado a las contestaciones de los participantes, además, estaban claramente orientados a un público de hablantes nativos (Ketabi & Shomoossi, 2007).

Según la lingüista norteamericana de origen indio Kachru (2009), la noción de inglés estándar, el denominado *Queen's English* o el inglés americano, tiene que cambiar ya que existen múltiples ingleses estándar en la actualidad. Incluso algunos de ellos cuentan ya con gramáticas y diccionarios, así como otros los están desarrollando. Así lo expresa a continuación Kachru:

[...] the whole idea of 'native speaker' has to undergo drastic revision-linguists have to be able to think not in terms of native and non-native speakers of English, but of native users of different world Englishes. (Kachru, 2011: 159)

El siguiente párrafo, extraído de una conocida revista norteamericana, nos refleja perfectamente la situación que antes hemos descrito:



The name – Cambridge School of Languages – conjures images of spires and Anglo-Saxon aristocrats conversing in the Queen’s English. But this Cambridge is composed of a few dank rooms with rickety chairs at the edge of a congested Delhi suburb. Its rival is not stately Oxford but the nearby Euro Languages School, where a three – month English courses cost \$16. “We tell students you need two things to succeed: English and computers,” says Chetan Kumar, a Euro Languages manager. “We teach one for the other” – he points to a nearby Internet stall – “you can go next door”. (Newsweek, 7 marzo, 2005: 46).

Por un lado, el ejemplo anterior, nos confirma la importancia que se le otorga a la lengua inglesa mundialmente, además de reflejar el interés por su aprendizaje para la obtención del éxito junto con las nuevas tecnologías. Por otro lado, comprobamos como la enseñanza del inglés se está llevando a cabo en gran parte por hablantes considerados no nativos en cualquier rincón del mundo.

## **2.2. La globalización y la comunicación**

La globalización y la comunicación son dos términos que están muy relacionados en la actualidad. Las nuevas formas de comunicación han dado lugar al acercamiento de lugares y personas lejanos, al conocimiento más amplio de otras culturas, de formas de pensar y de hacer las cosas.

Creando de esta manera una situación en la que todos los seres humanos conocemos lo que sucede al otro lado del mundo. La globalización es un concepto amplio que comúnmente es considerado como la idea global del mundo económico pero que en realidad tiene también otras raíces que se extienden a toda la sociedad y que a continuación se exponen.

### **2.2.1. ¿Qué es la globalización?**

La globalización es un concepto que, en general, se utiliza sin tener una idea clara de lo que realmente significa. Todos nos encontramos inmersos en ella y todos nos vemos, asimismo, afectados en mayor o menor medida por ella.

Las nociones de globalización han aprovechado mucha de la imaginación intelectual de las dos décadas pasadas. En círculos académicos y similares, han sido muchos los que han reivindicado la intuición de que este concepto podría proporcionar un eje analítico para entender la continuidad y el cambio en la sociedad actual (Scholte, 2007). El término globalización nos resulta familiar en general, pero cuando se trata de definirlo, observamos que no es tarea fácil, existen pocos términos

tan frecuentemente usados y tan pobremente conceptualizados como el de globalización (Giddens, 1996).

Cuando pensamos en la globalización, el primer pensamiento que nos surge está relacionado con la economía, es decir, la globalización económica. La globalización económica supone la integración de las economías nacionales en la economía internacional mediante el comercio, la inversión extranjera directa (por parte de las empresas y las multinacionales), los flujos de capital a corto plazo, los flujos internacionales de trabajadores y recursos humanos en general y los flujos de la tecnología (Bhagwati, 2005). Sin embargo, como veremos más adelante en este estudio, la economía es tan sólo una parte del fenómeno denominado globalización, que está íntimamente ligada a otras que afectan al resto de la vida cotidiana, como son la cultura, la lengua, la política, etc. Conceptos como internacionalización, universalización, liberalización y occidentalización se utilizan para explicar la globalización, como aclara Scholte (2007: 20-30). Sin embargo, considera que en su mayoría son conceptos redundantes. El autor critica la equiparación de globalización e internacionalización, alegando que cuando la globalización se interpreta como internacionalización, el término se refiere a un incremento en las transacciones y la interdependencia entre los países. Desde esta perspectiva, un mundo más global es aquel donde hay más mensajes, ideas, mercancías, dinero, inversiones, contaminantes y gente que cruza fronteras. Pero si la globalidad no es más que internacionalización, ¿porqué molestarse con un nuevo término? el autor continua que nadie necesitaba un concepto de globalización para interpretar experiencias previas de mayor interacción e interdependencia internacional.

En cuanto a la utilización del término universalización como sinónimo de globalización con el cual se pretende describir un proceso de propagación de diferentes objetos y experiencias a la gente de todos los lugares de la Tierra, Scholte resalta que frecuentemente se presupone que la globalización es como la universalización y, de esta manera, se equipara la homogeneización con la convergencia cultural, económica, legal y política a escala mundial. Pero esta definición tampoco aporta nada nuevo y distintivo, ya que ésta es una característica antiquísima de la historia mundial. Se exponen ejemplos como los de la propagación de las religiones mundiales en la antigüedad, algunas de las cuales han tenido pretensiones de universalidad; también se menciona el comercio transoceánico que distribuía bienes diferentes a grandes distancias y, por supuesto, las migraciones de la especie humana en la Prehistoria. El autor incide en que no hay necesidad de crear un vocablo nuevo para analizar ahora este viejo fenómeno. Por último, como este enfoque

conlleva la idea de homogeneización, el autor contrapone su concepción de la globalización que promueve la diversidad, la renovación y la innovación cultural.

En último lugar, se quiere explicar la occidentalización como globalización, siendo a menudo interpretada como colonización, americanización y como menciona el autor, *occidentoxification* (utiliza el término acuñado por el intelectual iraní Ale Ahmad), que se refiere a la imposición de las formas de vida de los países occidentales, aspecto que analizaremos de forma más amplia posteriormente en este estudio.

Si bien es cierto que las instituciones gubernamentales, las empresas, las asociaciones de académicos y el personal de la sociedad civil de la Europa Occidental y Norteamérica se encuentran entre los más entusiastas defensores de la globalización actual, no quiere esto decir que la occidentalización y la globalización sean lo mismo. La occidentalización, modernización y colonización provienen de tiempos más remotos que la globalización contemporánea. En la actualidad no se está extendiendo solamente la cultura y modo de vida occidental, hay otras vertientes culturales provenientes de oriente que están influyendo en la vida de occidente. Como todos sabemos, las civilizaciones orientales están cada vez más presentes en nuestras vidas diarias.

Este enfoque identifica globalización con la extensión de las conexiones transplanetarias y, en los tiempos recientes, también de forma más particular, supra-territoriales, entre la gente. Desde esta perspectiva, la globalización implica reducciones en las barreras para generalizar a través del planeta los contactos sociales. La gente es cada vez más capaz de físicamente, legalmente, lingüísticamente, culturalmente y psicológicamente conectar e implicarse con los demás, no importa su ubicación (Scholte, 2007: 27).

Lo innovador de este nuevo enfoque, para comprender la globalización, es que introduce un nuevo concepto del 'espacio', entendido como el lugar de la acción y de la experiencia humana: el donde de la vida social. Tradicionalmente las relaciones sociales siempre han tenido un lugar en algún sitio. Ninguna descripción de una circunstancia social está completa sin el componente espacial. Según Scholte, el espacio importa, el contexto geográfico determina la forma en que la gente formula el conocimiento, se relaciona con la naturaleza, lleva a cabo las labores de producción, experimenta el tiempo, organiza el modo de gobierno, construye identidades y forma colectividades. Por lo tanto, la cultura, la ecología, la economía, la historia, la política y la psicología también dan forma al contorno espacial de las relaciones sociales. En consecuencia, un

cambio en la estructura espacial afecta a la sociedad como un todo. Una reconfiguración de la geografía social está íntimamente entrelazada con los cambios en los patrones de la producción, del gobierno, de la ecología, de la identidad y del conocimiento.

Cuando nos referimos a relaciones transplanetarias, queremos decir los vínculos sociales ‘a través del planeta’ entre la gente ubicada en cualquier punto de la Tierra. Obviamente, este tipo de relaciones no es nuevo, ya que las actividades intercontinentales y de larga distancia se han desarrollado desde hace mucho tiempo en la historia de la humanidad. No obstante, los vínculos transplanetarios contemporáneos son más densos que los de las épocas pasadas. Cada vez más, los humanos vemos el espacio planetario como el único lugar social.

Sin embargo, el rasgo distintivo de la reciente globalización es ser más que cantidad, frecuencia, alcance e intensidad de los vínculos sociales transplanetarios. A diferencia de lo que sucedía antes, la globalización contemporánea ha estado marcada por una extensión de la supra-territorialidad a gran escala (Scholte, 2007: 30). Tal como sugiere la expresión, las relaciones ‘supra-territoriales’ son conexiones sociales que trascienden sustancialmente la geografía territorial. Las conexiones globales, a menudo, tienen las características de la simultaneidad a través del mundo (se extienden por todos los rincones del planeta al mismo tiempo) y de instantaneidad a través del mundo (se mueven por cualquier lugar del planeta de forma instantánea). Las diferencias horarias desaparecen, las distintas horas de las distintas regiones mundiales se convierten en una única hora mundial normalizada y normalizadora completamente interrelacionada, porque a través de los modernos medios de comunicación se puede producir ‘virtualmente’ la simultaneidad de sucesos no simultáneos.

Pongamos como ejemplo los mercados de valores. Cuando se abren en Frankfurt los mercados de divisas, ya se conocen los índices de cierre de Tokio, Singapur o Hong Kong, y cuando se inicia la jornada bursátil en *Wall Street* ya se conocen las tendencias de los índices de las bolsas europeas (Beck, 1998: 43). Con ello el autor nos quiere explicar que la diferencia horaria se supera a través de la comunicación virtual que da simultaneidad a los sucesos no simultáneos. Para poder explicar la nueva situación, es conveniente ilustrarlo con algunos ejemplos: la retransmisión de un programa musical de la cadena norteamericana *MTV* en muchos lugares al mismo tiempo o las conexiones telefónicas que hacen posible hablar con personas en las antípodas como si lo hiciéramos en la calle. Un ejemplo de supra-territorialidad muy claro, entre otros muchos, es la

ubicación de centros de llamadas en Bangalore, en la India, para atender a clientes norteamericanos (Friedman, 2006: 22-23).

Tal y como la misma expresión indica, las relaciones ‘supra-territoriales’ son conexiones sociales que trascienden substancialmente la geografía territorial. Son muchas y variadas las manifestaciones de la globalización que explican de forma clara lo que realmente significa en nuestras vidas, pero antes debemos remontarnos al origen de este fenómeno y cuáles han sido las condiciones que lo han provocado.

### **2.2.2. El origen de la globalización**

Aunque todo el mundo piensa en el siglo XXI cuando se habla de globalización, la verdad es que a lo largo de la historia ha habido varios intentos de crear un mundo interdependiente, integrado y único. Todos conocemos el imperio greco-latino en la antigüedad, las expansiones coloniales españolas y las británicas e incluso el inmenso imperio chino hasta bien entrado el siglo XIX. Lee (2006) hace un recorrido por las diferentes etapas de la historia mundial en las que se han intentado interconectar los diferentes pueblos. El imperio romano abarcó desde el sur de Inglaterra hasta casi Afganistán y a lo largo de dicho territorio, se podía hablar en latín con los oficiales del imperio al tiempo que esta lengua convivía con las lenguas autóctonas de los diferentes lugares por los que se extendía. A consecuencia de la evolución del latín y de su contacto con las diferentes lenguas vernáculas, surgieron una gran parte de lenguas que se hablan hoy en día en Europa. Aún después de la caída del imperio romano, el latín continuó siendo la lengua de la cultura durante épocas posteriores. En ese momento, tras la caída del imperio romano, la Iglesia Católica se encargaría de la custodia de la cultura en Europa y su influencia ha sido fundamental en la historia de Europa especialmente por su carácter unificador.

Otro ejemplo que nos sugiere el autor es el punto de partida que supuso el Tratado de Tordesillas en el año 1494. Por medio de este tratado, el mundo quedaba dividido en dos, una parte dependía de España y otra de Portugal. Lee considera este hecho especialmente importante en la historia de la globalización, ya que, aunque el mundo quedaba dividido en dos, fue un paso clave hacia la unidad global debido a que la institución que lo llevó a cabo, la Iglesia Católica, era considerada como la que controlaba el mundo. El descubrimiento de América marcó un hito en la historia de la humanidad, y con él se produjo una extensión de la lengua española, un intercambio cultural

importante y la introducción en Europa de determinados alimentos como la patata, el tomate, el chocolate, etc. Se acercaron dos mundos muy diferentes y comenzaron a compartirse sus culturas. El tratado fue redactado y firmado en la lengua franca del momento el latín, la lengua oficial y de poder político en Europa; también era la lengua de la gente culta y con mayor poder económico y cultural. Se trata de un ejemplo importante en el cual la lengua juega un papel esencial de interacción. De esta forma, se muestran los componentes clave en la globalización que son la lengua y la cultura.

Ha habido otros momentos en la historia, como hemos señalado anteriormente, de carácter unificador. La invención de la imprenta y la posterior distribución de libros hicieron que el latín fuera perdiendo su supremacía, en aquel momento se pudiera extender la cultura de un país a otro, provocando así una unificación en el saber. Otro hecho a destacar es el avance tecnológico en la navegación y la comunicación, liderados por lo británicos, lo que les permitió el control del comercio en diferentes partes del mundo y, de esta forma, poder comerciar e intercambiar tejidos, especias, alimentos, etc. produciéndose una vez más una conexión entre personas de muy lejanos lugares. Todos los ejemplos expuestos nos permiten hacernos una idea de cómo la economía, la lengua, la cultura y la política están ligadas, y también cómo estos hechos pueden ser considerados precursores de la globalización del siglo XX.

### **2.2.3. Las manifestaciones de la globalización**

La globalización tiene una gran variedad de manifestaciones en la actualidad, y como hemos mencionado anteriormente, afecta a todos los aspectos de la vida social. A continuación destacaremos las más significativas en relación al estudio que nos ocupa.

En la actualidad existe un creciente flujo de personas causado por diferentes motivos, desde trabajadores emigrantes, refugiados políticos, profesionales expatriados, peregrinos, turistas, estudiantes de intercambio, niños adoptados, etc. Estos grupos de personas realizan viajes de carácter global utilizando varios medios de transporte como trenes, coches, barcos, caravanas y, por supuesto, aviones. El acceso a viajar en avión se ha convertido en mucho más asequible que hace veinte o treinta años, debido a la reducción de precios y a la mayor oferta de rutas aéreas. Los viajes en avión realizan desplazamientos que podrían considerarse supra-territoriales ya que se puede viajar desde una parte de la Tierra a la opuesta en tan sólo un día. Algunos ejecutivos tienen

la Tierra como oficina, viajando en un mismo día desde París a Dubai y de Dubai a Hong Kong, entrevistándose o visitando clientes, trabajando en hoteles o aeropuertos.

Hace algunas décadas, solamente unos cuantos privilegiados podían permitirse el lujo de viajar por placer y conocer así nuevas y exóticas culturas; sin embargo, hoy en día los viajes turísticos están al alcance de la mano y del bolsillo de cualquiera. Las compañías aéreas ofrecen tarifas muy asequibles y las agencias de viajes ofrecen paquetes con todo incluido, por lo que no resulta sorprendente encontrarse en Hong Kong o en Méjico a compatriotas turistas. Los jóvenes contemporáneos asumen como normal estudiar o trabajar en un país extranjero. La movilidad estudiantil es un claro ejemplo de globalización, solamente en Europa se contabilizan miles de movimientos entre los países de la Unión Europea al año, aunque este fenómeno se experimenta también a nivel global. Estados Unidos y Gran Bretaña son los destinos preferidos, con más de un tercio del total, debido a que albergan las universidades con mayor estrategia empresarial y de marketing vendiendo sus cursos de forma global, además, la lengua inglesa es considerada como una inversión educativa clave. China está incrementando el número de estudiantes que recibe de Korea y Japón, así como Tailandia e India. El medio de atraer alumnos a Europa y Asia es ofrecer cursos impartidos en inglés (Graddol, 2007: 77). Otro notable flujo de personas se debe a los movimientos migratorios, miles de personas atraviesan tierra y mar en busca de una vida mejor. Sólo en nuestro país recibimos a una gran cantidad de ciudadanos procedentes del continente africano en embarcaciones todos los días. La comunicación global induce a que se conozcan las ofertas de trabajo o el nivel de vida de cualquier país del mundo.

La globalidad se puede manifestar también a través del consumo de productos. Muchos artículos y bienes se distribuyen de forma global a través del planeta con una estrategia empresarial muy bien coordinada. Este es el caso de marcas internacionales como Coca-Cola, Adidas, etc., podemos acceder a la compra de estos productos desde Australia hasta España. Por esta razón, una gran parte de empresas consideran muy importante llevar a cabo una estrategia global de marketing, aunque a veces tengan que adaptarse a los gustos locales, y establecen cadenas de tiendas mundialmente. Los dos ejemplos anteriores de manifestaciones de la globalización nos llevan a un tercero, el del dinero global, las tarjetas bancarias con las que se puede pagar en todos los lugares del mundo sin importar la moneda del país, así como cajeros automáticos de los que podemos extraer la moneda local. Un ejemplo del dinero global muy destacado es el surgimiento del euro como moneda única entre los países de la UE, se trata de dinero supra-estatal y de circulación a

escala mundial. Dentro del mundo de las finanzas, por supuesto, no hay que olvidar las transacciones de divisas y mercados de valores que están conectados 24 horas al día.

El comercio global es una de las manifestaciones más destacadas en nuestro planeta, este ha tenido un incremento debido a la evolución en el transporte y la comunicación. Los negocios se llevan a cabo entre los más diversos países y esto es posible en la gran mayoría de los casos por el uso de la lengua franca en la actualidad, el inglés. Algunas empresas también producen a escala mundial y las diferentes etapas de la producción se llevan a cabo en sitios muy distintos, por ejemplo, el centro de investigación, la planta de fabricación, la cadena de montaje, las operaciones de control de calidad, la oficina de procesamiento de datos, el despacho de publicidad y el servicio postventa podrían estar situados en provincias, países y zonas del planeta (Scholte, 2007: 41).

Las manifestaciones de la globalización son muy diversas, pero todas están interrelacionadas. Una manifestación conocida por todos es los diversos organismos e instituciones que regulan las relaciones globales diferentes, por ejemplo, el Fondo Monetario Internacional de la UNESCO y la Organización Mundial para el Comercio; la Organización de Las Naciones Unidas (ONU), La Organización Mundial de la Salud (OMS); la Organización Mundial de Meteorología, etc. También existen instituciones no gubernamentales como son Amnistía Internacional, Oxfam, Intervida, etc. El inglés tiene un carácter protagonista en todas estas instituciones, siendo la principal lengua de comunicación.

Cabe mencionar a continuación el carácter global adquirido también por la legislación. Se han establecido normas y reglamentos que afectan de forma global, por ejemplo el derecho mercantil internacional, que afecta a las transacciones comerciales; el derecho penal, que afecta a delitos como el tráfico de armas y drogas; los acuerdos medioambientales y los derechos humanos. Asimismo, y debido a la gran movilidad actual, existen tribunales globales como *International Criminal Court (ICC)* creado para tratar los crímenes de guerras, así como el *International Court of Justice (ICJ)*.

También la globalización es relevante en actividades de carácter militar, en la actualidad existen arsenales de armas globales que pueden recorrer cualquier distancia sobre la Tierra, como por ejemplo, los misiles de largo alcance, los satélites espía o los aviones de vigilancia pilotados a control remoto, como nos explica en el siguiente extracto Friedman (2006: 39):

“What is that? I asked the soldier who was carefully monitoring all the images from a laptop. He explained that a US Predator drone – a small pilotless aircraft with a high- power television



camera – was flying over an Iraqi village, in the 24<sup>th</sup> MEU's area of operation, and feeding real time intelligence images back to his laptop and his flat screen. This drone was actually being “flown” and manipulated by an expert who was sitting back at Nellis Air Force Base in Las Vegas, Nevada.

Este ejemplo es una manifestación en sí mismo de los avances tecnológicos al servicio de la globalización, los cuáles analizaremos posteriormente. Continuando con los diferentes aspectos de la globalización, también tenemos que referirnos a la ecología de la que tanto se habla y discute en la actualidad. No se trata de un fenómeno nuevo, aunque parece que actualmente preocupa a todos los ciudadanos en mayor o menor medida, ya que, se ha creado una conciencia global a través de los medios de comunicación en la que todos estamos envueltos. El siguiente ejemplo nos sitúa en el inicio de la preocupación medioambiental:

[...]en la década de los sesenta, los biólogos de Ciudad del Cabo habían encontrado en la carne de pingüino una alta concentración de contaminantes industriales, que – sin que nadie supiera cómo – habían pasado de los productos y chimeneas de las fábricas químicas a los últimos rincones de una naturaleza aparentemente impoluta. Con motivo de la cumbre sobre medio ambiente celebrada en Río en 1992 se concretizó y precisó políticamente esta experiencia histórica de crisis ecológica global en la forma y exigencia de un <<desarrollo sostenido>> (<<sustainable development>>). (Beck, 1998: 38)

Expresiones como ‘calentamiento global’, ‘efecto invernadero’, ‘cambio climático’, etc. son de uso corriente aunque muchas personas no sepan su verdadero significado. El hecho es que se están produciendo ciertos cambios en el medioambiente y no se circunscriben a una determinada zona o territorio sino que tienen un carácter global. El mundo global está siendo testigo de la reducción de especies animales, de la diversidad de ecosistemas, de la reducción de bosques húmedos tropicales, de la desertificación, de los cambios en el nivel del mar, de la escasez de agua dulce, etc.

Otra manifestación de la globalización está relacionada con asuntos médicos y sanitarios. No es nuevo que se produzcan transmisiones de las enfermedades alrededor de la Tierra, durante siglos, muchas enfermedades se han transmitido entre los continentes pero, sin embargo, en la actualidad lo que ha variado ha sido la velocidad y la magnitud de la propagación global. Pongamos por ejemplo, el sida, la encefalopatía espongiforme bovina (comúnmente conocida como la enfermedad de las ‘vacas locas’), y más recientemente, la pandemia (H1N1) 2009 (conocida vulgarmente como la ‘gripe A’). Los medios de transporte y la mayor movilidad global hacen que los contagios se propaguen de forma vertiginosa.

La globalización se manifiesta de forma muy destacable en las comunicaciones, a través del intercambio de información, ideas, imágenes, conocimiento, etc. Dicha comunicación puede realizarse por medio de periódicos, libros, teléfonos, mensajes de texto, televisión, radio, revistas, videoconferencias, redes sociales, películas, etc. La supra-territorialidad entra en la comunicación global cuando, por ejemplo ciertas publicaciones como los libros de Harry Potter y grabaciones (como los CDs de Eminem) se ponen a la venta al mismo tiempo (Scholte, 2007: 38). Las emisiones por satélite y los cables transoceánicos permiten que las comunicaciones se realicen de forma instantánea entre dos puntos cualesquiera de la Tierra sin importar la ubicación; por ejemplo, la noticia de la muerte de Michael Jackson llegó de forma instantánea y simultánea a todos los lugares del mundo.

Las comunicaciones afectan a todos los aspectos de nuestra vida en la actualidad, ya que todas las manifestaciones que hemos revisado anteriormente son posibles en gran medida a las comunicaciones y a los avances tecnológicos, por lo cual es necesario ahondar más en este aspecto de la globalización. Para finalizar este apartado, entendemos que el fenómeno que realmente ha revolucionado las comunicaciones ha sido Internet, pero dada su envergadura, le dedicaremos un apartado más detallado.

#### **2.2.4. Las comunicaciones y la globalización**

El hombre ha sentido la necesidad de comunicarse con sus congéneres a lo largo de la historia de la humanidad y, por supuesto, el lenguaje es la forma de comunicación por excelencia, siendo la lengua que sirve de comunicación global centro de nuestro estudio. Con la imprenta, la comunicación entre países evolucionó de forma notable. Según afirma Crystal (1997), la lengua inglesa ha sido el medio más importante de comunicación en la prensa durante 400 años. Inglaterra y, posteriormente, Estados Unidos han publicado un gran número de periódicos desde el siglo XVII hasta nuestros días. La invención del telégrafo hacia mediados del siglo XIX, hizo que proliferaran las agencias de noticias, cuya información era mayoritariamente transmitida en inglés.

En la actualidad, los periódicos de mayor alcance mundial están escritos en inglés, como por ejemplo: *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal* y los británicos *The Times* y *The Sunday Times* (Crystal, 1997: 93). Asimismo, los libros y las revistas científicas más prestigiosas utilizan la lengua inglesa como medio de comunicación para alcanzar un mayor

número de lectores alrededor del planeta. Según Graddol, la gran mayoría de libros publicados anualmente proceden de Gran Bretaña y de ahí se exportan; incluso algunos forman parte de un comercio global ya que se escriben en un país, se imprimen en otro y finalmente se venden en un tercero (Crystal, 1997: 9).

Debemos mencionar dentro de la comunicación, la publicidad, ya que podemos encontrar los mismos anuncios de productos y servicios en países totalmente dispares, siendo la lengua común el inglés. Quizá no sean los más numerosos pero sí los que más llaman la atención al posible cliente. También las agencias publicitarias mundiales utilizan el inglés americano prioritariamente como lengua de publicidad, contribuyendo con ello a su expansión.

Según Crystal (1997), la primera lengua que se utilizó en la radio fue el inglés, las primeras emisiones experimentales se realizaron en Gran Bretaña en 1919 y la primera emisora comercial de radio se encontraba en Pittsburg, Pennsylvania (EEUU) en 1920, año en que se empezó a retransmitir desde Canadá, Australia y Nueva Zelanda y poco después en Bombay y Calcuta en 1927. Varias organizaciones internacionales como la *Commonwealth Broadcasting Association*, *The European Broadcasting Union*, *The Asia-Pacific Broadcasting Union* utilizan el inglés como lengua franca, ya que su público es internacional y su lengua vehicular es el inglés.

De igual forma sucedió con la televisión, la cadena británica BBC ofreció el primer servicio de alta definición en 1936; en Estados Unidos se empezó a ofrecer un servicio regular hacia 1939. Su avance fue rápido, ya que en 1995 había un total de 1500 estaciones de televisión en todo Estados Unidos y en 1990 unos 200 millones de espectadores (Crystal, 1997: 96-97). Sin embargo, otros países tardaron años en poder ver la televisión, como por ejemplo España.

A partir de La Segunda Guerra Mundial, la BBC empezó a emitir programas internacionales ayudando moralmente a los países ocupados por los nazis. Su servicio de programas informativos, según Crystal, en 2001 emitía unos 1000 programas con una audiencia mundial de 153 millones. Asimismo Estados Unidos avanzó a Inglaterra en la emisión de programas a escala mundial, con cadenas como la CNN, que se estableció en 1980 y fue la primera en retransmitir noticias durante las 24 horas, ganando audiencia durante las retransmisiones vía satélite de la guerra del Golfo en 1991. En la actualidad la CNN retransmite a más de 200 países y 2 billones de personas la ven al año.

Según Graddol (2007), durante mucho tiempo las noticias internacionales han estado dominadas por el inglés, aunque recientemente otros idiomas han ido ganando posiciones, como por ejemplo, el árabe, con canales como *AL Jazeera*, que inició sus retransmisiones en 1996 desde Qatar, le sucedió un competidor, *Al Arabiya*, en 2003 desde Dubai y más tarde *Al Hurra* en 2004, que retransmite desde sus estudios en Washington a 22 países árabes. La BBC también anunció en 2005 que iniciaría un canal de noticias árabe en 2007. Algo parecido sucedió en Sudamérica donde se lanzó el canal Telesur rival de la CNN en 2005. A pesar de esto, el inglés sigue siendo el idioma preferido para el alcance global, ya que cadenas como *Al Jazeera* pensó en lanzar un canal en inglés con base en Londres, Washington y Kuala Lumpur para 2006. De igual forma, otros países han establecido canales en inglés, en algunos casos a la par que su lengua local, como Rusia, Francia y Alemania.

Otro canal de gran impacto mundial es la *MTV (Musical Television)*, especialmente entre adolescentes de todo el mundo. Se inició en 1981 y llega a todos los rincones de la Tierra, exportando música pop en inglés principalmente y también exportando la cultura anglosajona. Otro ejemplo de televisión global es el canal infantil *Disney Channel*, empezó como una cadena televisiva sólo para audiencia norteamericana en 1980 y en la actualidad retransmite a través de todo el mundo en países como: Sudáfrica, países del norte y medio este de África, Malasia, Hong Kong, India, Japón, Taiwan, Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, Holanda, Hungría, Bulgaria, Croacia, Montenegro, República Checa, Eslovaquia, Francia, España, Alemania, Grecia, Irlanda, Israel, Italia, Polonia, Portugal, Rumania, Rusia, Escandinavia, Turquía, Gran Bretaña, Latinoamérica y los países del Caribe. Su audiencia se compone principalmente de niños y de adolescentes, aunque muchas de sus series son vistas por adultos también. Un ejemplo muy claro de su programación global sería preguntar a cualquier niña sobre la serie *Hanna Montana* y en cualquier parte del mundo sabrían contestar. Los acontecimientos deportivos también son retransmitidos a escala mundial, ya sean tanto campeonatos mundiales de fútbol, carreras de Fórmula 1, Juegos Olímpicos, como torneos internacionales de tenis, etc.

Francia e Inglaterra fueron los países que impulsaron el desarrollo de la industria del cine en 1895; sin embargo, sería Estados Unidos el que pronto tomaría las riendas de la cinematografía hacia 1915. Especialmente cuando surgió el cine sonoro fue el inglés el idioma que dominaba el mundo del cine. Actualmente, a pesar del desarrollo del cine en muchos otros países, el idioma inglés todavía domina esta industria, impulsado por la producción cinematográfica a gran escala de

Hollywood. Con macro-producciones como *Star Wars*, *The Lord of the Rings*, *Jurassic Park*, *Tiburón*, *Titanic*, *E.T.*, *El Padrino*, etc.

Otra superproducción importante digna de mención es *Harry Potter*, que hasta el momento ha estrenado varias películas con un éxito mundial impresionante. Uno de los acontecimientos anuales más importantes en el mundo del cine es la entrega de los premios *Oscar*, llevado a cabo por la Academia Norteamericana del Cine, aunque participan en el concurso películas de habla no inglesa, la gran mayoría son de habla inglesa. Por último, debemos señalar que, aunque muchos países doblan las películas a su lengua local, otros países mantienen las películas en versión original subtituladas como es el caso de Portugal, los países escandinavos, etc.

Junto con el cine, la industria de la música tiene su origen en países de habla inglesa. De hecho, el primer fonógrafo lo creó en 1877 Thomas Edison, este aparato podía tanto reproducir como grabar música. Los subsiguientes desarrollos en esta área se llevaron a cabo en su mayoría en EEUU, con la invención de la cinta magnetofónica en 1927 y los primeros discos (*LP*) en 1948. Hoy en día, se produce música en muchos idiomas pero la música pop escuchada por todo el mundo, utiliza la lengua inglesa en su letra. A partir de años 60, el boom de la música en inglés empezó con cantantes que traspasaron las fronteras y que actuaron en conciertos de forma internacional, como los Beatles, Elvis Presley, etc. No es extraño estar en un país extranjero y escuchar música en inglés, hemos de tener en cuenta que para muchas personas, este es su primer contacto con la lengua inglesa. Finalmente, para acabar este capítulo, trataremos más a fondo el fenómeno de Internet y las nuevas tecnologías y su carácter globalizador.

### **2.3. Internet y las nuevas tecnologías: la era de la información**

Los últimos cincuenta años del siglo XX han sido decisivos para el avance de la tecnología. Como hemos dicho anteriormente, a lo largo de la historia, el hombre ha tenido interés en comunicarse con otros hombres en otros lugares del mundo y en transmitir información a través del planeta. Hemos mencionado diversas formas de comunicación que han ido mejorando y evolucionando la vida de los seres humanos y nuestra vida diaria. Hace 25 años, cuando estudié en EEUU, escribía cartas con fotos a mi familia y amigos esperando la contestación, que tardaba dos semanas en llegar; hoy en día, mi hija estudia en América y el mismo día e incluso a la misma hora en que hace una foto, puedo verla a través de mi ordenador o mi teléfono inteligente porque me la envía

por Internet, comentándola por el *chat* en tiempo real a pesar de la diferencia horaria. Este es un simple ejemplo de la evolución de las comunicaciones que estamos viviendo día a día, pero que realmente tiene un alcance mayor del que nosotros mismos podemos imaginar.

La era de la información está definiendo el alcance de la globalización, está propiciando nuevas y avanzadas formas de organizarse y de hacer negocios, se está llevando a cabo la modernización de los sectores y las economías tradicionales. Internet es una herramienta global que se inició en la era de la información y que está generando cambios importantes en la forma de hacer negocios, afectando también a los precios, las políticas de empresas, las campañas de marketing, etc. Internet ha constituido un hito fundamental en la comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo de forma acelerada, ello ha llevado a la unificación de mercados, la creación de comunidades muy activas que emergen incluso sobre sociedades y culturas, etc. (Pedreño, 2007: 311). Lo que realmente queremos destacar es que la tecnología afecta a nuestras vidas en todos sus aspectos, así como la nueva forma de comunicarse. A continuación, analizaremos las diferentes aplicaciones de Internet y de la tecnología y cómo afectan a la comunicación global.

En primer lugar, en los años noventa los ordenadores estaban ya siendo utilizados como instrumento de trabajo; se trataba de un adelanto tecnológico que permitía que uno mismo pudiera redactar sus documentos de forma digital y utilizar programas informáticos para diferentes funciones. Sin embargo, lo que fue realmente revolucionario fue la popularización de Internet. Aunque esta herramienta ya funcionaba desde la década de los sesenta para el correo electrónico y chats, muy pocas personas empezaron a usarla hasta treinta años más tarde (Crystal, 2006). A continuación surgió la *World Wide Web* (la red global) como una herramienta virtual mágica a través de la cual podemos enviar sus contenidos digitales a otras personas y, por último, pero no menos importante, surgieron los *Web Browsers* (navegadores o buscadores de Internet) por medio de los cuales se podía encontrar todo tipo de información. Todos estos adelantos han supuesto una revolución en la conectividad entre personas.

Tim Berners Lee, ingeniero informático inglés, fue quien desarrolló e inventó la red global (*World Wide Web*) ante la necesidad de distribuir e intercambiar información sobre sus investigaciones con sus colegas. Rápidamente se extendió a otros terrenos. Sus variadas aplicaciones permiten gestionar archivos, referencias bibliográficas, catálogos, listados de páginas amarillas, publicidad,

juegos, noticias, transacciones comerciales, acceso a películas y otros tipos de entretenimiento, etc. (Crystal, 2006).

Cada vez tenemos más posibilidades de acceder a mayor cantidad de información, utilizando y gestionando esa información con mayor independencia. Como usuarios podemos, por ejemplo, gestionar directamente las compras online de libros, ropa, zapatos, comida, billetes de avión, tren, autobús, objetos de segunda mano, etc. Tomemos como ejemplo la gestión de billetes de avión, donde no existe ningún intermediario, nosotros podemos elegir el destino, la fecha, la hora, la compañía aérea y finalmente comprar y pagar el billete sin movernos de casa. Por esta razón, las compañías aéreas de bajo coste ajustan constantemente los precios de su oferta de plazas en Internet según la demanda.

La empresa *E-bay* es otro ejemplo claro del cambio experimentado, se trata de una web donde podemos tanto comprar como vender productos y servicios, cualquier persona tiene acceso, en cualquier momento podemos realizar una transacción desde cualquier lugar del mundo. Las ventajas que brindan este tipo de empresas, es que se eliminan los intermediarios, por lo tanto, hay una reducción de costes y se puede tomar decisiones beneficiosas de forma instantánea. Por supuesto, la lengua común es el inglés, aunque existen páginas de *E-Bay* en otros idiomas, según la necesidad.

En cuanto a los buscadores o navegadores de Internet, se trata de una herramienta virtual a través de la cual podemos delimitar la búsqueda de la información que necesitamos. Esta revolucionaria herramienta puede ser manejada tanto por niños de seis años como personas adultas de hasta ochenta, es decir no tiene limitaciones de edad, de nivel de conocimiento informático o de idioma, ya que, aunque la gran mayoría de las páginas están en inglés, existe una variedad de lenguas que se despliegan en la red. El buscador más famoso en la actualidad es *Google*, el cual está constantemente añadiendo servicios para sus usuarios; *Google maps* (se trata de encontrar la localización de manera fácil y rápida), *Google Earth*, (puedes navegar por la red y localizar una casa, un pueblo, etc. visualizando imágenes reales del lugar), *Gmail*, *Google calender*, etc. Fue creado por dos estudiantes de la Universidad de Stanford, Larry Page y Sergey Brin. A continuación citamos las palabras textuales de Sergey Brin, resaltando lo revolucionario de su invento, como las recoge Friedman (2006: 178):

Said Russian – born cofounder Sergey Brin, “if someone has broadband, dial-up or access to an Internet café, whether a kid in Cambodia, the university professor, or me who runs this search

engine, all have the same basic access to overall research information that anyone has. It is total equalizer. This is very different than how I grew up. My best access was some library, and it did not have that much stuff, and you either had to hope for a miracle or search for something very simple or something very recent". When Google came along, he added, suddenly that kid had "universal access" to the information in libraries all over the world.

La innovadora tecnología de búsqueda *Google* y su diseño de interfaz de usuario diferencian a *Google* de las herramientas de búsqueda de primera generación. Se basa en los hipertextos, analizando todo el contenido de cada *web* y la posición de todos los términos en cada página. Se da prioridad a los resultados de acuerdo con la proximidad de los términos de la búsqueda, favoreciendo los resultados en los que los términos de búsqueda están próximos entre sí, analizando resultados irrelevantes. Por otro lado, la búsqueda de imágenes en *Google* contiene más de mil millones de imágenes de todos los tipos: fotografías, dibujos, pinturas, bosquejos, historietas, carteles y más. La última versión de búsqueda de escritorio de *Google*, tiene la capacidad de localizar muchos más archivos de diferentes tipos, incluyendo PDF y MP3, y esta disponible en inglés, francés, español, alemán, etc.

*Google Blog*, en donde publica los productos de Google y la información más reciente. Un blog es un sitio *web* que es periódicamente actualizado, que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, en cada uno de estos artículos los lectores pueden añadir comentarios para que el autor pueda contestar, aunque el diseño de los blogs depende de lo que los autores quieran hacer, cualquier persona es capaz de crear su propio blog.

Según Graddol (2006) en los inicios de estas nuevas tecnologías era imprescindible el dominio de la lengua inglesa, sin embargo, en la actualidad ya no supone una barrera infranqueable. No obstante, el inglés sigue siendo de uso mayoritario en las páginas *web*, como lo explica Graddol (2006: 45) a continuación citando a Nunberg (2000):

The proportion of English tends to be the highest where the local language has a relatively small number of speakers and where competence in English is high. In Holland and Scandinavia, for example, English pages run as 30% of the total; in France and Germany they account for around 15-20%; and in Latin America they account for 10% or less. Geoffrey Nunberg "Will the Internet Always speak English?"

Internet también ofrece establecer otro tipo de comunicación y esta es la red social o *Social Network*, como la definen Boyd y Ellison (2008: 211) a continuación

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share connection, and (3) view



and transverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.

La primera red social que se introdujo en Internet fue *SixDegrees.com*, en 1997, que permitía a los usuarios crear perfiles y hacer listas de amigos, en 1998 ya se podía también navegar en las listas de amigos. Este fenómeno tuvo lugar en un principio en EEUU, y al paso del tiempo se fue convirtiendo en un fenómeno global. Este es el caso de la famosa red social *Facebook*, se creó para establecer conexiones solamente entre estudiantes universitarios de *Harvard* en el año 2004, más adelante otras universidades se incorporaron y en septiembre de 2005 se incluyeron a los los colegios de educación secundaria y a los profesionales de la empresa, para finalmente incluir a todo el que lo solicitara.

Las redes sociales, como explica la anterior definición, son sitios web donde personas que se conocen entre sí y que a veces que no se conocen, comparten intereses comunes, ya sean ideologías, actividades, algunas atraen gente de una misma raza, religión, sexo o incluso nacionalidad. Una persona diseña su perfil ofreciendo información sobre sí misma, edad, intereses, trabajo, lugar donde vive, etc. En la mayoría de ellos se pueden ‘colgar’ o publicar fotos, lo cual permite dar la imagen que uno desea que los demás tengan de sí mismo. Algunas redes sociales ofrecen la posibilidad de mantener limitado el acceso a esa información a quien no se desee (*Facebook*) y otros lo hacen público y cualquiera puede acceder. Una vez realizado el perfil, a la persona interesada se le ofrece la posibilidad de buscar o identificar posibles amistades y también de escribir mensajes o comentarios a aquellas personas que les interese.

Este fenómeno nos demuestra una nueva forma de comunicación global, ya que podemos conectar con personas que viven a miles de kilómetros y estar al corriente de lo que pasa en sus vidas en tiempo real, incluso visualizando fotos, así como reencontrar antiguos amigos a los que habías perdido el rastro, establecer nuevas relaciones a través de amigos comunes, etc.

En este apartado no podemos olvidar otras herramientas que las nuevas tecnologías nos ofrecen como los teléfonos móviles, los dispositivos *handheld* inalámbricos, los *PDA* (asistente digital personal), los reproductores multimedia portátiles, etc. Los teléfonos móviles también han revolucionado la forma de comunicarnos, no solamente por su portabilidad sino también porque han transformado la antigua comunicación telefónica desde un lugar a otro a la nueva comunicación persona a persona, además de ofrecer la posibilidad de enviar mensajes de texto.

Podemos localizar a la persona con la que queremos hablar en cualquier sitio y hora. El primer teléfono móvil se creó en 1981 por la empresa *Ericsson*, aunque anteriormente el ejército había utilizado una tecnología similar. Por supuesto, la tecnología ha evolucionado vertiginosamente hasta nuestros días, ofreciendo los nuevos teléfonos móviles de última generación que son capaces de aumentar la capacidad de transmisión de datos para posibilitar la conexión a Internet, la videoconferencia, la descarga de archivos y la televisión.

Dentro de la telefonía móvil, también debemos incluir los dispositivos *handheld* (que se lleva en la mano) inalámbricos. Sus funciones incluyen navegación en la web, correo electrónico, telefonía móvil, envío de mensajes de texto, etc. Este nuevo instrumento de la tecnología permite todo tipo de acciones y su uso no está restringido ya que lo puede utilizar todo el mundo, he aquí un nuevo ejemplo de la globalización en las comunicaciones. Además de los anteriormente mencionados, existen también los *PDA* (del inglés *Personal Digital Assistant*), es un ordenador de mano originalmente diseñado como agenda electrónica (calendario, lista de contactos, bloc de notas y recordatorios) con un sistema de reconocimiento de escritura. Hoy en día, estos dispositivos, pueden realizar muchas de las funciones de un ordenador de escritorio (visión películas, crear documentos, juegos, correo electrónico, navegar por Internet, reproducir archivos de audio, etc.), pero con la ventaja de ser ligero y portátil.

En conclusión, podemos afirmar que las nuevas tecnologías han revolucionado la forma en que nos comunicamos y además están constantemente avanzando y evolucionando. Gracias a las nuevas tecnologías, la comunicación inmediata e instantánea entre personas físicamente muy distantes es posible. Todo este escenario influye de forma importante en la lengua inglesa y hace que ésta se propague sin límite.

### **3. EL ANÁLISIS DEL DISCURSO ESCRITO**



### **3.1. El texto como vía de comunicación y transmisión del conocimiento**

El lenguaje es la habilidad del ser humano más valiosa, sin ella muchas de las acciones que el ser humano ha llevado a cabo a lo largo de la historia no hubieran sido posibles. El lenguaje es la herramienta de comunicación por excelencia, gracias a él las personas han sido capaces de transmitir información, en un principio de forma oral y con la evolución del ser humano, de forma escrita. En las antiguas civilizaciones, el poder de la palabra era considerado como mágico o sobrenatural, algo que sólo los Dioses poseían, y todavía en la actualidad existen pueblos indígenas que creen en el poder supremo y curativo de la palabra.

El lenguaje no sólo hace posible la comunicación entre personas, sino que también da rienda suelta a la creatividad y a la diversidad. Son muy numerosas las lenguas que conviven en nuestro mundo y cada una de ellas posee una gramática y un vocabulario distinto entre sí. Por ello, podemos afirmar que la lengua está íntimamente ligada a la cultura de quien la habla, ya que la lengua es un reflejo y una proyección de la cultura al mismo tiempo. Consecuentemente, cuando aprendemos una lengua extranjera, es inevitable que aprendamos sobre la cultura y costumbres de un país, no podemos separar la lengua de la cultura, ya que la lengua en sí misma es reflejo de la cultura. El contexto socio-cultural es intrínseco a la lengua, incluso en el estudio de las denominadas lenguas muertas, como son el latín y el griego clásicos. Es importante aprender sobre sus culturas y formas de vida para poder comprender completamente el contexto en el que se desarrollaron éstas lenguas. No podemos desligar la lengua de quién la habla o escribe, dónde se habla, a quién se dirige, etc. Las lenguas están vivas, en constante cambio y evolución; el significado de una palabra actual puede cambiar totalmente y pasar a significar algo distinto en el futuro. Todos estos cambios constantes están también producidos o vienen dados por la sociedad y por el uso que ésta hace de la lengua, por lo tanto, el contexto socio-cultural influye de forma muy importante en las lenguas, según hemos visto en los estudios de Kirkpatrick, (2007); Bolton (2003); Kachru (2005); Jenkins (2003).

Pongamos, por ejemplo, un estudiante universitario alemán que realiza un intercambio con el programa de movilidad estudiantil *Erasmus* en una universidad del sur de España. Durante varios años ha estado estudiando y aprendiendo la lengua española con la ayuda de libros de gramática española y mediante las clases de su universidad. Este alumno ha adquirido un nivel de

competencia intermedio alto, es decir, es capaz de leer textos en español con una dificultad intermedia-alta, es capaz de seguir e intervenir en una conversación al mismo nivel y también de redactar correctamente. Sin embargo, nunca ha visitado España u otro país de habla española. Cuando llega a Andalucía y empieza a relacionarse con la gente de su edad, se siente frustrado ya que no conoce el habla coloquial de la juventud española y le resulta muy difícil entender el acento y los modismos propios de los andaluces. Obviamente, gracias a su base de conocimientos de la lengua, superará estos problemas iniciales, pero será necesario hacer una inmersión en el contexto socio-cultural para poder llegar a comprender totalmente lo que se le dice y, por lo tanto, poder establecer una comunicación fluida y fructífera.

Es bien sabido que toda lengua tiene variaciones lingüísticas dependiendo del lugar donde se hable, de la clase social, de la comunidad hablante, etc. (Finch, 2003). Estas variaciones pueden ser diferencias en el estilo (formal e informal); diferencias en registro (lenguaje científico-técnico, académico, comercial, etc.), también se producen diferencias de tipo fonológico, léxico y gramatical. La comunidad académica claramente no comparte el mismo tipo de lenguaje que el hablado en el seno familiar, por ejemplo. De la misma forma existen diferentes grados de cortesía en la lengua inglesa como nos indica Trudgill (1988: 102):

Different degrees of politeness and deference maybe required, and these are signalled linguistically. The connotations of English address- forms such as sir, Mr Smith, Smith, Frederick, Fred, mate and so on, are all different. Each has different stylistic implications, and the rules for their usage as well as the frequency of their usage, are quite complex.

El autor expone que, dependiendo de a quién nos dirijamos, del grado de conocimiento o familiaridad que tengamos con dicha persona, utilizaremos un tipo de tratamiento u otro. Un dato importante es que la lengua inglesa no tiene el tratamiento de usted, al contrario que en la mayoría de lenguas europeas, por lo que se debe expresar el respeto o la cortesía mediante estrategias lingüísticas distintas. Los países anglosajones tienen costumbres distintas a las nuestras en relación al tratamiento de cortesía y esto viene dado por el contexto socio-cultural. Es curioso observar que la juventud norteamericana, por ejemplo, utiliza siempre el tratamiento Mr, Mrs, Sir, Madam para dirigirse a sus profesores y también a los padres de sus amigos; sin embargo, en España, cada vez es menos frecuente escuchar el tratamiento de usted hacia los profesores y padres de amigos por parte de los jóvenes. El ejemplo anterior nos revela las diferencias socio-culturales que provocan esta situación lingüística. El contexto es tan importante que incluso podríamos encontrar también diferencias de uso de la lengua entre los países de habla inglesa como lo indica Trudgill

(1988): “There are notable differences between the usage of British and American speakers of English, for example the term *sir*, for instance is probably more frequently used in the United States than in Britain.” Consecuentemente, la lengua inglesa, que se utiliza globalmente, como hemos explicado en el capítulo anterior, está constantemente en contacto con diversas culturas y está viéndose influida por dichas culturas.

Como afirma van Dijk (2000: 46), el estudio de la comunicación intracultural e intercultural constituye un dominio importante del análisis multidisciplinario del discurso, ya que las diferencias en el discurso entre miembros de una cultura y otra, pueden aceptarse de manera cooperativa y tolerante o, por el contrario, suscitar malentendidos y conflictos. El contexto posee un papel transcendental tanto en la adquisición de una segunda lengua como en el análisis del discurso, tanto oral como escrito. Para llegar a comprender un texto literario debemos tener en cuenta la contextualización cultural, como explica Currás (2009: 11):

Todo texto es producto del contexto de la cultura en la que se ha originado, este contexto de cultura consiste en un entorno amplio en el que residen el conjunto de significados de una sociedad, y que se manifiestan en el texto literario a través del lenguaje, y más específicamente, por medio de lo que conocemos como referentes culturales. Por consiguiente, el proceso de interpretación de un texto se basa en la contextualización cultural en la que dicho texto literario se asienta.

Volviendo a los inicios del uso del lenguaje, sabemos que, en un principio, la comunicación era solamente oral. Los pueblos de la antigüedad transmitían de forma oral información de padres a hijos y sucesivamente. Todavía hoy en día existen pueblos indígenas, en Sudamérica por ejemplo, que solamente usan el lenguaje de forma oral. Son culturas de la oralidad donde la palabra tiene una importancia primordial, tanto en la transmisión de información, por medio de cuentos, poemas, canciones, como en la argumentación de todo tipo de cuestiones.

Sin menospreciar este tipo de comunicación y su importancia en la transmisión del conocimiento, la aparición de la escritura revolucionó la forma de comunicarse. El paso de la oralidad a la escritura imprime no solamente un modo de representación de lo fónico, sino un cambio en la estructura del pensamiento, que va de lo abstracto a lo concreto, de lo global a lo particular, de lo temporal a lo permanente. Es decir, que la escritura no es sólo una mera representación de lo oral sino que tiene su propia autonomía y hace posible una diversidad infinita de actos comunicativos. El texto confiere al uso del lenguaje la característica de intemporalidad, ya que permanece a través

de los tiempos. Otro rasgo importante es la impersonalidad de los textos escritos frente a la personalidad de los orales, como indica Finch (2003: 87):

For the first time we have access to other people through a medium which is essentially impersonal. We don't have to know, or even to have met, people to understand what they think. Ideas and thoughts become detached from thinkers and enter a public domain, which collectively we call literature.

Por ello, la lengua escrita tiene un alcance mucho mayor, un número infinito de personas puede tener acceso a un libro o texto en cualquier lugar del mundo. Por lo tanto, aunque la escritura apareció posteriormente a la oralidad, no es de ninguna manera menos importante. Sin embargo, tanto la lengua escrita como la oral comparten algunas características, como que ambas son muy dinámicas, se van adaptando a los nuevos tiempos y a las necesidades de la sociedad y, además, con el uso de las nuevas tecnologías y la redacción de correos electrónicos, la comunicación escrita se ha acercado en gran medida a la comunicación oral. La comunicación escrita en la actualidad ha experimentado cambios sorprendentes debido a Internet, como pudimos comprobar anteriormente cuando nos referimos a la comunicación a través de las redes sociales, al *chat*, al correo electrónico, etc. El lenguaje electrónico se caracteriza por tener características tradicionales del lenguaje escrito y el lenguaje oral como apuntan Collot y Belmore (1996), se trata de una especie de híbrido.

El aprendizaje del habla sucede de forma natural, sin embargo, para escribir necesitamos que nos enseñen, y escribir correctamente supone un mayor esfuerzo que hablar correctamente. En el lenguaje hablado nos podemos permitir más licencias que en el escrito, el cual es más rígido en sus reglas gramaticales; sin embargo el lenguaje escrito nos facilita la corrección de errores por tener más tiempo para enmendar los fallos, algo que en el lenguaje hablado no es siempre posible. Como consecuencia de ello, en general necesitamos más tiempo para realizar la producción escrita.

Como hemos mencionado anteriormente, el hecho que revolucionó la transmisión del conocimiento y que propició la evolución del lenguaje escrito fue la invención de la imprenta. Hasta entonces, el conocimiento había sido privilegio de una élite, como los clérigos y las clases cultas. Los libros manuscritos eran copiados cuidadosamente por los escribanos en los monasterios, los textos antiguos eran transcritos, considerados como preciados tesoros y cada uno de ellos era único. Con la imprenta, todo esto se transformó y un mayor número de personas tuvo



acceso a la lectura de libros; al mismo tiempo, la alfabetización creció enormemente, en parte como resultado de los esfuerzos renacentistas por extender el conocimiento. El lenguaje y el conocimiento se convirtieron en bienes comunes y universales, los cuales habían sido privilegio únicamente de los estamentos aristocráticos y religiosos. A partir de ese momento, el conocimiento transmitido por los libros no pertenecía sólo a una persona, sino a todo el que los leyera.

Según nos ilustra Finch (2003: 92-93), antes de la invención de la imprenta, la única forma de que los analfabetos tuvieran acceso al contenido de los libros era a través de la lectura en voz alta que realizaban los propios escribanos. Y aún cuando la imprenta ya existía, durante mucho tiempo se seguía leyendo a viva voz hasta que se fue dando paso a la lectura individual y en silencio. Los libros, a los que antes solamente tenían acceso personas limitadas, continúa Finch (2003), pueden ser comprados, leídos y comentados a partir de ese momento y nos lo muestra con un ejemplo muy claro: La Biblia

The principal linguistic commodity was the Bible. It is difficult to conceive of the Reformation ever being more than a little local trouble in Germany without the invention of print. In Tudor England, Thomas More, the Lord Chancellor, attempted to ban the circulation of William Tyndale's translation of the Bible from Latin into vernacular English

Weir (2001: 410) así lo relata también:

[...]Although the new Act prescribed the death penalty for anyone denying the sacraments, it did authorize an English Bible to be chained in every parish church. For the first time in history, ordinary people would be able to read and interpret the Scriptures for themselves, without fear of persecution- a new freedom that was to have the most profound effects on every aspect of daily life.

La Reforma se llevó a cabo en Alemania por Lutero y sus seguidores en 1517, según la tradición, siguiendo una costumbre académica, clavó sus 95 Tesis en la puerta de la iglesia de Wittenberg. Las Tesis de Lutero se difundieron ampliamente gracias a la imprenta (Schulze y Terhart, 2007: 33). Por otra parte, Thomas More, importante teólogo humanista de la época Tudor, pensaba que la Biblia, al traducirse a la lengua inglesa, corrompería sus contenidos sagrados, ya que éstos solamente podían ser expresados en latín. Evidentemente, estaba en contra de que cualquier persona pudiera leer y comentar la Biblia, especialmente los legos en la materia. La primera Biblia traducida al inglés fue la de Tyndale en 1525, pero no fue una tarea sencilla.

Although many European countries had fairly accessible translations of the Bible, there was no authorized English translation and when the bishops discussed the idea in 1530, they rejected it. They decided that Scripture was best expounded in sermons and thought access to vernacular translations nurtured heresy by encouraging people to form their own religious opinions. (Guy, 1988:121)

Por primera vez era posible su lectura sin ser clérigo, por lo tanto, si podía ser leída, también se podía debatir sobre ella, consecuentemente se convirtió en un bien compartido por todo el mundo. También se llevaron a cabo otras traducciones de la Biblia, como la traducida al francés por Juan Calvino, padre fundador de los calvinistas (Schulze & Terhart, 2007: 36).

A partir de aquí el texto, es decir la palabra escrita, que ya gozaba de importancia en la transmisión del conocimiento, adquiere una mayor relevancia, ya que la difusión del conocimiento se expande de manera imparable hasta nuestros días. Además de tener un carácter universal, el texto también adquiere un carácter individual e independiente, es decir, aunque los lectores tengan acceso al conocimiento, no significa que les pertenezca. En realidad, lo que se escribe en un libro es propiedad de su autor, aunque lo comparta con millones de personas. Por ello, no podemos utilizar las palabras o ideas expresadas en un libro como nuestras sin el consentimiento de su autor, pues constituye un plagio. Por lo tanto, la originalidad prima a la hora de escribir un texto, a diferencia de la transcripción de manuscritos donde esto no era primordial (Finch, 2003: 94).

Debemos destacar que junto con la invención de la imprenta ha habido otro hecho revolucionario en la historia del lenguaje escrito y también del hablado, y éste ha sido la invención de Internet y, con ello, la comunicación electrónica. En el capítulo anterior ya se describió el alcance de esta nueva vía de comunicación y su repercusión en la lengua inglesa y viceversa y, por ello, no vamos a incidir sobre este tema.

En este capítulo abordaremos este asunto para destacar la importancia del texto como vía de comunicación y transmisión del conocimiento. De la misma manera que explicábamos anteriormente que para escribir se necesitaba que nos enseñasen, también es necesario el aprendizaje para la producción de textos digitales. La utilización de los ordenadores requiere una serie de habilidades y destrezas. Entre ellas podríamos mencionar las siguientes: cómo encender y apagar el ordenador, cómo acceder a los archivos tanto para buscar como para guardar documentos, cómo manejar los diferentes programas para las diferentes funciones que necesitamos, cómo manejar el teclado y el ratón, cómo redactar, corregir, modificar y finalmente

imprimir un texto. Obviamente, éste sería un conocimiento elemental para usuarios ordinarios, ya que los ordenadores pueden llegar a tener funciones mucho más complejas con fines muy variados. En este apartado de la tesis doctoral abordaremos el uso de la escritura electrónica de manera más general, ya que en apartados posteriores realizaremos un estudio y análisis más profundo.

Hemos planteado dos enfoques del lenguaje en la actualidad, el primero, más sociolingüístico, en el que destacamos la importancia de la comunicación electrónica en relación a la globalización y a sus diferentes manifestaciones, y el segundo, más lingüístico, donde nos centraremos más en la comunicación electrónica en relación al texto como vía de comunicación y transmisión del conocimiento. Ambos enfoques están claramente muy interrelacionados, ya que no podemos desligar la globalización del lenguaje ni de la comunicación ni de la transmisión del conocimiento.

La difusión del conocimiento que llevó a cabo la imprenta se ha multiplicado con la nueva transmisión de información y conocimiento a través de Internet. En la actualidad, ya no sólo podemos ir a la librería y adquirir un libro o tomarlo prestado de una biblioteca, sino que podemos buscar información a través de los navegadores de Internet desde nuestro hogar o despacho, con el teléfono móvil incluso y encontrar todo lo que necesitamos a través de las fuentes que se nos ofrecen electrónicamente. Un sinnúmero de revistas electrónicas se publican diariamente, las cuáles nos proporcionan conocimiento de muy diversas materias y campos de estudio (medicina, biología, ingeniería, lingüística, psicología, economía, etc.), siendo posible la descarga de textos, documentos e incluso libros. Los periódicos digitales nos informan de toda la actualidad de nuestro entorno y del ámbito internacional en tiempo real, algo que el periódico tradicional no puede hacer. De este modo, los periódicos digitales pueden realizar una constante actualización de las noticias. Asimismo, existen numerosas fuentes de consulta en la red, como pueden ser documentos de tipo legal como el Boletín Oficial del Estado, La Constitución Española de 1812, la de 1978, el Código Civil, etc. que anteriormente solo podían ser consultados en bibliotecas o instituciones específicas. Sin embargo, actualmente lo podemos realizar desde nuestro hogar o trabajo, a cualquier hora y día de la semana. Además, no sólo tenemos la oportunidad de consultar y extraer información de nuestro entorno, sino de cualquier otro lugar del mundo, por recóndito que éste sea.

Es importante destacar el carácter unificador y asequible que las nuevas tecnologías confieren al texto digital o electrónico. Si la imprenta ya había supuesto un avance en la proporción de

información y conocimiento a un mayor número de personas, el texto electrónico se difunde y extiende de forma sustancialmente más amplia, siendo de tal manera que cualquier persona, independientemente de la edad, sexo, raza o condición puede acceder a éstos con el simple hecho de tener y manejar un ordenador. No es difícil encontrar niños de corta edad y jóvenes buscando información de cualquier índole en Internet y comunicándose con otros niños y adolescentes a través de las diferentes vías que la red nos proporciona. De la misma forma, personas mayores, que quizá han tenido menos formación sobre la informática, también tienen acceso a todo tipo de información, redactando e-mails, leyendo los periódicos digitales, etc. No es necesario tener una formación académica muy completa para hacer uso de las nuevas tecnologías y formas de comunicación, ya que su utilización está adaptada a todas las edades y suele ser de modo bastante intuitivo.

Las nuevas formas de búsqueda y adquisición de información evidentemente han revolucionado el concepto que tradicionalmente se tenía, pero la comunicación entre personas a través del texto también ha sido totalmente transformada. La carta tradicional, el fax, etc. se ha sustituido por el correo electrónico, una nueva forma de comunicación interpersonal que nos ofrece la posibilidad de recibir y enviar información a la persona o personas deseadas en tiempo real. Esta forma de comunicación no sólo permite el intercambio de textos sino también el envío de archivos adjuntos como fotografías, documentos escaneados, archivos de música, etc. Con todo esto, no queremos decir que ya no se utilizan las vías tradicionales de comunicación textual, sino que el abanico de posibilidades se abre más.

El texto tradicional ha experimentado cambios al convertirse en electrónico, el texto ha pasado de ser fijo a ser flexible, de ser inalterable a ser alterable. Con la imprenta, el texto conservaba su forma y su mensaje invariables, sin embargo, con el procesador de textos se pierde la inflexibilidad del texto tradicional, ya que puede ser modificado cuantas veces sea necesario. Como explica Finch (2003: 78) claramente: “The text, in other words, has become radically dispersed in time and space. It has become virtual”. No existe una versión original que vamos modificando, sino que escribimos y modificamos constantemente, sentimos el miedo de que se borre por error, por tanto creamos varias copias en diferentes sitios como puede ser el disco duro, un *pen-drive*, etc. Como más adelante analizaremos en profundidad y partiendo de la idea que Crystal (2004: 85) nos propone, se podría decir que los e-mails son como una especie de ‘habla escrita’, ‘un híbrido entre conversación y carta’ y ‘una extraña mezcla entre conversación y carta’.

## **3.2. La Lingüística Contrastiva**

### **3.2.1. Antecedentes**

Esta tesis doctoral se enmarca en el estudio del análisis del discurso que a su vez deriva de la Retórica Contrastiva, por lo tanto realizaremos una revisión de los fundamentos teóricos de la Lingüística Contrastiva. Las raíces de la Lingüística Contrastiva las debemos encontrar en la Lingüística Aplicada, que, a su vez, derivó de la Lingüística General. Lingüística es el término que denomina a la ciencia que estudia la lengua, esta ciencia parte de unos fundamentos teóricos, pero actualmente tiene varios enfoques prácticos aplicados a las diversas necesidades del lenguaje y, por ello, se denomina Lingüística Aplicada.

La Lingüística Aplicada (LA) no se considera como una ciencia pura y teórica, sino que se centra en la realidad y aplicación de una lengua a un mundo vinculado al cambio constante (Carrió, 2002: 32). Dentro del campo de la Lingüística Aplicada coexisten diversas áreas de estudio que se especializan en diferentes aspectos de la lengua. Algunas de ellas se han desarrollado de tal manera que funcionan de manera independiente pasando a ser áreas de estudio o análisis independientes. Este es el caso de la Lingüística Contrastiva, su objetivo es contrastar dos o más sistemas lingüísticos de manera teórica o práctica, siendo la práctica la encargada de analizar y estudiar los efectos que las diferencias existentes entre los dos sistemas producen en el aprendizaje de una segunda lengua (L2) (Carrió, 2002: 46).

La Lingüística Contrastiva tiene varios modelos de investigación, el Análisis Contrastivo, el Análisis de Errores y el Análisis de Transferencia. El Análisis Contrastivo se inició entre 1950 y 1960, se encargaba de establecer una comparación entre la lengua materna (L1) y la lengua meta (L2). Según el grado de similitud de las dos lenguas, se podía predecir el porcentaje de errores a cometer por el estudiante. En este punto, se consideraba que la influencia de la L1 era negativa sobre el aprendizaje de la L2, y que la mayor parte de los errores cometidos se debían a esta causa. Pero esta tendencia resultó ser poco exacta y predecía errores que luego no se cumplían y, sin embargo, aparecían otros que no habían sido predichos.

Hacia finales de los años 60 surge el Análisis de Errores como una de las aplicaciones del Análisis Contrastivo. Esta tendencia estudia y compara la interlengua, versión que el estudiante efectúa de la lengua meta. Es decir, no establecía la comparación entre la lengua materna y la lengua meta sino entre la versión del estudiante de la lengua meta y ésta, y por lo tanto no contemplaba la posibilidad de que la lengua materna ejerciese ninguna influencia sobre la lengua aprendida.

Otra de las manifestaciones del Análisis Contrastivo en la que se demostró que era imposible que la L1 no ejerciese ninguna influencia en la L2 fue el Análisis de Transferencia, que plantea que la lengua materna sí interfiere en la versión del estudiante de la lengua meta. Del mismo modo, los puntos de vista sobre la transferencia han ido variando. Inicialmente se enfocaba desde un punto de vista conductivista, es decir, que se asumía que los hábitos de la L1 iban a ser transferidos a la L2. Se consideraba que en algunos casos sería una transferencia negativa, por ejemplo, cuando las estructuras de la L1 y la L2 son muy distintas, esto supone un impedimento en el aprendizaje y en otros lo sería positiva, cuando las estructuras de la L1 y la L2 son muy similares y de esta forma se facilita el aprendizaje (Ellis, 1994: 300).

### **La Retórica Contrastiva**

La Retórica Contrastiva es una de las aplicaciones de los análisis contrastivos que están generando muchos adeptos. La Retórica Contrastiva se inició en 1966 por el lingüista americano Robert Kaplan, quien decía que la lengua y la redacción son un fenómeno cultural, como consecuencia de ello todas las lenguas tienen sus propias reglas y convenciones únicas, así que inevitablemente éstas interfieren cuando se escribe en una segunda lengua (Connor, 1996: 5).

La Retórica Contrastiva (RC) posee rasgos en común con el Análisis de Errores (AE), pero se diferencia en que se centra más en los problemas de redacción con los que se encuentran los escritores no nativos (ENN) e intenta justificarlos mediante las estrategias retóricas de la L1, y aunque considera el error como campo de estudio, no acepta la creación de la interlengua, sino que busca encontrar las diferencias culturales y de género que se aprecian en el lenguaje (Carrió, 2002: 51).

En los últimos treinta años es cuando el análisis de la redacción en inglés como segunda lengua y, sobre todo, la transferencia de la L1, ha empezado a cobrar mucha importancia porque anteriormente primaba el aprendizaje oral (Connor, 1996: 5). Este cambio se debe a la

concienciación de que los estudiantes tienen necesidad de leer y escribir en inglés, también se debe a los enfoques interdisciplinarios que se aplican a la enseñanza del inglés como consecuencia de las últimas tendencias de la Lingüística Aplicada.

La Retórica Contrastiva en sus inicios se circunscribía exclusivamente a la Lingüística Aplicada de 1960, sin embargo, la Retórica Contrastiva actual amplía sus límites dando una visión más comunicativa e interdisciplinaria. No se limita únicamente a los modelos escritos interculturales de la Lingüística Aplicada, sino que también estudia modelos escritos procedentes de la educación, de la pedagogía, y de los estudios de traducción, así como se centra en campos específicos de análisis (Connor 1996: 7).

El pionero en la Retórica Contrastiva, Kaplan, ha sido criticado a lo largo de los años por varias razones: por considerar muy negativos los efectos de la L1 sobre la redacción en la L2, por pretender que todos los estudiantes no nativos sólo utilizaran el patrón de escritura anglosajona y por no tener en cuenta las diferencias culturales y lingüísticas. Últimamente se está haciendo hincapié en el hecho de que existen variedades dentro del inglés, como son las del inglés de India, de Sudáfrica, Hong-Kong, etc. Se han detectado, cada vez más, diferenciaciones entre ellos e igualmente se han empezado a considerar las variedades de la lengua inglesa hablada en Canadá, en Australia, Nueva Zelanda, etc. (Connor, 1996: 16). Todo ello está justificado, ya que el número de personas no nativas que hablan inglés supera ampliamente a los hablantes nativos. Hay que añadir un dato muy importante, y éste es que la gran mayoría de profesores que imparten inglés como segunda lengua en el mundo son hablantes no nativos, por lo tanto, aunque enseñen las normas anglo-americanas siempre vamos a encontrar una diversidad cultural en los patrones fonológicos, en la forma de estructurar la información, etc. Debido a estas circunstancias, la perspectiva de la Retórica Contrastiva ha ido variando y existen investigadores que incluso opinan que la influencia de la L1 puede ser más positiva que negativa, como por ejemplo, Friedlander (1990). La Retórica Contrastiva ha ampliado su campo de estudio, ha pasado de centrarse únicamente en las producciones escritas, a estudiar los procesos previos para la obtención de dichas producciones escritas y poniendo una especial atención en el contexto que rodea al escritor. Todo ello viene dado por el énfasis socio-cultural y cognitivo que se le ha dado a los estudios sobre redacción (Connor, 1996: 19).

Por lo tanto, la Retórica Contrastiva, dentro del contexto de la Lingüística Aplicada, se enfoca desde cinco puntos de vista según Connor (1996: 19), que pasamos a enumerar. La lingüística contrastiva

de textos (comparación de características del discurso entre diferentes lenguas); el estudio de la redacción como una actividad cultural (comparando el proceso de aprendizaje de la redacción en diferentes culturas); estudios contrastivos de las dinámicas de redacción en una L2; estudios contrastivos llevados a cabo en diferentes géneros, en diferentes situaciones y para diferentes fines (artículos de periódico, informes de negocios, textos académicos, etc.) y, por último, estudios contrastivos sobre la inculcación de tradiciones e ideologías desde un punto de vista cultural. Según Connor (2002) en la sociedad actual, donde diferentes culturas conviven y convergen en acontecimientos internacionales, como, por ejemplo, en la Unión Europea (UE), debe considerarse la posibilidad que lenguas con retóricas distintas se relacionen y, por ello, es interesante delimitar qué cambios han tenido lugar en la lengua inglesa. Crystal (1997, citado en Connor, 2002) sugiere que pueda estar surgiendo un ‘nuevo inglés’ en situaciones de tipo comercial, industrial y diplomático, que demanden patrones que delimiten la comunicación en inglés entre personas que no proceden de países anglófonos. El inglés se ha convertido en la lengua internacional entre hablantes de otras lenguas.

### **3.2.2. Estado de la cuestión**

Desde sus inicios hasta nuestros días, el campo de estudio de la Retórica Contrastiva ha impactado de manera muy significativa en la enseñanza del inglés como segunda lengua y el inglés como lengua extranjera, particularmente en los contextos académicos universitarios del inglés para fines académicos. Como Connor (2005) remarcó, muchos lingüistas piensan que la RC se ha quedado congelada en el espacio, ya que se mantiene como Kaplan la concibió en los años 60, estática y conectada con el análisis contrastivo, movimiento asociado al estructuralismo y al conductivismo. Sin embargo, desde que aquellos primeros trabajos sobre RC se publicaron, numerosas tendencias en métodos de investigación han ido surgiendo. Todos los cambios que se han producido se deben principalmente a dos factores: el incremento en la producción de diferentes tipos de textos escritos en lengua inglesa y el hecho que en las clases de inglés como segunda lengua e inglés como lengua extranjera se enseñe diferentes tipos de redacción. Dentro de esta nueva producción de diferentes tipos de textos podríamos incluir los artículos académicos, los trabajos de investigación, la redacción de textos para fines profesionales, como por ejemplo los negocios o el comercio, siendo esta última variedad considerada como muy importante tanto en el campo de la investigación y como en la enseñanza (Alcaraz, 2000).



Junto a los factores arriba mencionados, se añade que la RC actualmente considera importante la situación social donde se produce la redacción de un texto. Anteriormente se daba más importancia, o sólo importaba el texto *per se*, en la actualidad se tienen en cuenta aspectos como la audiencia a la que va dirigida el texto, los objetivos del propio texto, etc. Por lo tanto, cada contexto socio-cultural resulta único y ha de tenerse en cuenta a la hora de realizar un análisis exhaustivo.

A consecuencia de la producción de nuevos géneros textuales, los investigadores de la RC han tenido que adaptarse y adoptar nuevos enfoques en sus investigaciones. Connor (2004) realiza una revisión de las nuevas metodologías utilizadas en el campo de la investigación de la RC. Enfatiza el hecho de que los análisis de textos lingüísticos se han focalizado, de forma notoria, en el estudio de las características de los géneros específicos de redacción. Por otra parte, considera digno de mención las investigaciones basadas en los estudios lingüísticos de corpus, ya que éstos aportan rigor al diseño y a la recopilación de datos. A su vez, Connor, remarca que los enfoques etnográficos han cobrado importancia debido a la creciente concienciación de la naturaleza social de la escritura.

En contestación a todas las críticas recibidas, Connor (2002) dirige la atención hacia la amplia gama de estudios que se llevan a cabo en la actualidad y sugiere un nuevo término para definir el nuevo estado de la RC: la retórica intercultural. De esta manera, pretende desviar la atención del modelo considerado como estático hacia los nuevos modelos de investigación más dinámicos e interculturales, como explican Connor, Nagelhout & Rozycki (2008: 4) a continuación:

The field is currently dynamic and exploratory, extending to new genres, widening contextual research through historical and ethnographic inquiry, refining methodology, utilizing electronic corpora of texts, going beyond linguistic patterns to the study of other distinctive differences in writing, and exploring contrasts even beyond writing in Web use between speakers of different languages.

De esta manera, se define el nuevo rumbo tomado por la RC en nuestros días. Los autores citados han realizado una recopilación de estudios empíricos de RC y de retórica intercultural con dos objetivos principales. En primer lugar, desarrollar extensivamente la base teórica de la RC y, en segundo lugar, evaluar sus aplicaciones pedagógicas.

La RC ha llevado a cabo innovaciones en el estudio de la lengua y la escritura, tales como el análisis de géneros y la lingüística de corpus, así como también ha establecido conexiones entre el

campo de estudio del inglés para fines específicos y la RC (Connor, 2008). Es necesario, como la misma investigadora propone, entender a los hablantes, escritores y lectores, además de averiguar qué factores se involucran en los procesos de redacción y el bagaje histórico y contextual que afecta tanto al escritor como a la escritura. Como hemos repetido en varias ocasiones, el contexto socio-cultural influye en la redacción de un texto.

### 3.3. El análisis del discurso escrito

Words have *Histories*. They have been in other people's mouths and on other people's pens. They have circulated through other Discourses and within other institutions. They have been part of specific historical events and episodes. Words bring with them as *potential situated meanings* all the situated meaning they have picked up in history and in other settings and Discourses. (Gee, 1999)

Las palabras son versátiles, como nos explica Gee, han sido utilizadas por otras personas, en otros tiempos y en otras situaciones. Hay palabras que han transformado su significado de una época a otra, que han pasado de pertenecer de un registro a otro o que simplemente ya no se utilizan. De todo ello deducimos que las lenguas fluyen, evolucionan, se transforman a medida que pasa el tiempo, se adaptan a nuevas realidades y contextos, sin darnos cuenta. La tarea que resulta muy interesante a la vez que apasionante es la de analizar cómo todo esto sucede y la de buscar las causas, así como también el origen de estas transformaciones y evoluciones, es decir, la lingüística diacrónica. La presente tesis doctoral quiere aportar un granito de arena al estudio del análisis del discurso escrito en la actualidad y, consecuentemente, debemos contextualizar nuestro estudio en este campo de investigación.

A la pregunta de qué es el discurso podemos responder que es un uso del lenguaje, pero se debe precisar más y, de hecho, los analistas del discurso añaden otros factores a su análisis como quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace (van Dijk, 2000). Numerosos investigadores han aportado su particular definición del discurso a lo largo de los años de existencia de esta disciplina. A continuación revisaremos cronológicamente algunas de estas definiciones.

Para Foucault (1972) los discursos son afirmaciones cohesivas y autoreferenciales que buscan generar descripciones de la realidad produciendo conocimiento, admirando objetos, conceptos y prácticas, además de ser responsables de crear reglas que establezcan lo que se puede decir o no

sobre dichos objetos, conceptos y prácticas, demostrando de esta forma más interés en las reglas que rigen el discurso que en su producción, focalizando el interés no sólo en el producto final sino también en el proceso. El concepto de discurso de Foucault (1972) tuvo un profundo impacto en el trabajo de muchos lingüistas y en las ciencias sociales, marcando una diferencia con respecto a las definiciones proporcionadas por otros lingüistas.

Stubbs (1983: 1) lo define como: “Discourse is: language above the sentence or above the clause”, se trata de una explicación un tanto simplista del discurso; sin embargo, otros lingüistas como Brown y Yule (1983: 1) amplían la definición desde un enfoque más pragmático, teniendo en cuenta que el discurso es algo más que estructuras gramaticales:

The analysis of discourse is, necessarily, the analysis of language in use. As such, it cannot be restricted to the description of linguistic forms independent of the purposes or functions which these forms are designed to serve in human affairs.

Fairclough (1992: 8), representante del Análisis Crítico del Discurso, especifica un poco más este concepto, profundizando en su rasgo social e incluso lo subdivide:

Discourse constitutes the social. Three dimensions of the social are distinguished- knowledge, social relations, and social identity- and these correspond respectively to three major functions of language [...] Discourse is shaped by relations of power, and invested with ideologies.

Las definiciones encuadradas en el periodo dominado por el estructuralismo y generativismo no contemplaban el término discurso como se entiende en la actualidad. En aquel momento, se planteaba el término discurso desde el punto de vista de su comprensión y de las distintas acepciones que puede tener dentro de la textología, es decir, de los distintos tipos de textos. Ahora se parte desde un paradigma pragmático, con una perspectiva integradora del análisis del discurso dentro de la realidad social y cultural de las distintas lenguas, teniendo en cuenta las influencias recíprocas que sufren, tanto el discurso como la cultura. Brown y Yule (1983) definen el análisis del discurso como el de la lengua en uso, hecho por el cual se ha desembocado en el uso plural del lenguaje, creándose la riqueza y variedad lingüística así como las expresiones lingüísticas diferenciadas, por lo que muchas veces, a través de ello, nos es posible conocer la evolución lingüística de otras culturas.

El discurso en sí es un producto del lenguaje pero, como más adelante analizaremos, no existe de forma aislada, sino que está influido y moldeado por todo lo que le rodea, por quien lo produce y

quien lo recibe. El discurso es utilizado por las personas para comunicar, ya sea ideas, emociones, información, etc. Esta comunicación se lleva a cabo en contextos muy diversos, en el patio del colegio, en el supermercado, en la iglesia, en la oficina, en el aula, etc. En la comunicación al menos debe haber dos partes que actúan o tomen parte y, por lo tanto, interactúan, es un proceso interactivo. A diario hacemos uso del discurso escrito, leyendo el periódico, un libro, los e-mails, etc. También participamos activamente en esta interacción cuando escribimos contestando a eso e-mails e incluso escribiendo mensajes de texto en nuestros teléfonos móviles. Una vez más, la tecnología no da la oportunidad de interactuar de forma instantánea a través del ordenador o del teléfono móvil. Podemos ilustrar esta afirmación con un ejemplo muy cotidiano para todos nosotros; diariamente vemos en la parte inferior de las pantallas de nuestras televisiones mensajes de texto, enviados por los telespectadores, contestando, criticando, cuestionando a las personas que aparecen en los debates y tertulias de cualquier programa de televisión. Hace algunos años, la interacción no era inmediata ya que no podíamos contestar a la pantalla del televisor en casa, en la actualidad tenemos la oportunidad de expresar nuestra opinión sobre un particular asunto en tiempo real.

Los inicios del análisis del discurso datan de la década de 1960 y entonces no se centraron en una sola área de estudio, sino que surgieron en varias áreas de las humanidades y las ciencias sociales como la etnografía, la psicología, la gramática del discurso, la sociolingüística y la pragmática, aunque los textos y los discursos ya habían sido analizados por la retórica. A partir de ese momento, se inició una concienciación sobre la utilización de un enfoque transdisciplinario más explícito y sistemático. Asimismo, fue tomando forma la idea de que el discurso debe ser analizado no sólo desde un punto de vista formal y estructural, sino desde una perspectiva socio-cultural, ya que éste forma parte de la sociedad y su contexto.

Este enfoque más pragmático se puso en práctica a partir de 1980 (Jaworski y Coupland, 1999: 4), ya que anteriormente, hacia los inicios de la lingüística moderna o 'ciencia del lenguaje' ésta decidió 'desconectar' del lenguaje y estudiarlo en sí mismo (de Beaugrande, 2000: 69). De esta manera los estudios y análisis que se realizaban en aquel momento se centraban en aspectos fonológicos y gramaticales, enfoques derivados del estructuralismo y generativismo. Todo ello se centraba en el estudio de la lengua en sí, sin tener en cuenta ningún aspecto sobre las interrelaciones entre el significado, lenguaje y sociedad. La tendencia que hasta entonces había tenido la lingüística era la de estudiar el lenguaje como un producto cerrado y sistemático. Los

lingüistas eran los responsables de depurar la lengua, ellos establecían, científicamente, que el lenguaje era un sistema infalible, y que se podía explicar perfectamente a través de los diferentes componentes que la constituían: los fonemas, en el nivel fonológico (unidades con rasgos distintivos); los morfemas que se combinaban en el nivel morfo-sintáctico, formando monemas, sintagmas y oraciones y, por último, el nivel léxico-semántico que también trabajaba rasgos distintivos parecidos a los de la fonología y, de esta manera, se estructuraban las palabras en campos semánticos. Consecuentemente, la Lingüística no pretendía llegar al fondo comunicativo de los mensajes, eludía la verdadera comunicación. No por ello queremos decir que la gramática sea inútil, sino que era insuficiente para explicar los mecanismos intrínsecos del lenguaje. Su función principal es la de informar al estudiante de una lengua de cómo se construyen sus unidades, las reglas que existen y qué funciones tienen.

De esta manera, el panorama de la Lingüística fue cambiando, se fue dando cabida a otras ciencias o disciplinas que aportarían descubrimientos muy interesantes hasta desembocar en lo que hoy conocemos como Análisis del Discurso. Las nuevas aportaciones fueron ampliando el campo de estudio y, a su vez, transformaron el enfoque de estudio del producto en sí hacia el uso; de este modo, se comenzaba a asociar la forma a su función, como observa McCarthy (1991: 5), “Discourse analysis is concerned with the study of the relationship between language and the context it is used.”

Una vez más incidimos en la importancia del contexto en el que se produce un texto o una conversación, es decir, la situación, el tiempo, el lugar, las circunstancias, los participantes y su intencionalidad o finalidad, así como los diferentes papeles comunicativos. En la presente tesis doctoral nos proponemos como objetivo, además del estudio del discurso en sí, valorar también el contexto donde se genera dicho discurso, las circunstancias del escritor y su contexto socio-cultural. Nos preguntamos para ello, ¿Por qué los hablantes o escritores eligen unas determinadas palabras? La contestación es muy amplia, en algunas ocasiones se debe a motivos de índole ideológico; en otras ocasiones, por motivos de posición jerárquica, en otras por respeto o cortesía, etc. Existen un sinnúmero de causas y razones por las cuales decidimos utilizar una palabra u otra, a veces por decisión propia y, otras veces, porque las reglas o restricciones culturales que nos marca nuestro entorno social y cultural nos obligan. Cuando utilizamos la lengua, proyectamos una imagen de nuestra personalidad, de nuestra forma de ver las cosas, de nuestro papel en la sociedad, y éstas varían según las circunstancias. Por lo tanto, es muy importante expresarnos de

forma adecuada y en el momento y lugar apropiados. Consecuentemente, el propio discurso ejerce un papel social y tiene infinitas aplicaciones que se emplean en diferentes ámbitos, según su uso y sus usuarios.

A través del lenguaje utilizado en el discurso describimos la sociedad y las culturas, pero, a la vez, se sufre su influencia, razón por la cual nuestro discurso no es objetivo al reflejar la actitud de los individuos que la componen. Los individuos de una sociedad identifican y clasifican, aunque sea de forma inconsciente, los tipos de lenguaje que existen, y, con ello, diferencian a los hablantes de dicha variedad del lenguaje, de ahí el interés que suscita el estudio del discurso lingüístico y sus distintas acepciones o subcampos, ya que refleja las características más sociales de la lengua (Carrió, 2002: 37).

En la era de la globalización, numerosos estudiosos sienten la necesidad de explorar otras formas y funciones del discurso moderno, como por ejemplo Wilson y Dissanayake (1996 citado en Shi-xu 2007: viii):

In exploring the ways in which discourse functions in modern society, we need to engage the concept of globalization. It needs to be stressed that we are living at a moment in history when the local and the global are co-implicated in complex and unanticipated ways.

Según explican los autores, en la sociedad actual lo local y lo global conviven en muchos aspectos de nuestra vida cotidiana y eso repercute en el discurso. Otros autores reivindican el derecho de aportar otras normas o valores diferentes a los establecidos por los países occidentales, como indica Shi-xu (2007: 10-11): “After the phase of Western countries imposing universalistic norms and values on the rest of the world, we are now in an era when the right to be different is being affirmed by many cultural groups and communities in the World.”

El discurso y el lenguaje inmersos en una cultura son reflejo de ello, pero también debemos plantearnos hasta qué punto el lenguaje representa a una cultura particular o determina una visión del mundo de una cultura concreta, como exponen muy claramente Holliday, Hyde & Kullman (2004: 75):

Cultures are no longer homogeneous and language divisions have become more and more permeable...speakers of the same language may find themselves separated by deep cultural gaps, while others who speak distinct languages share the same culture... At the same time group boundaries are rapidly changing and less sharply marked.

Como hemos aludido en varias ocasiones, en la actualidad las fronteras entre los países se desdibujan, la globalización y las nuevas tecnologías acercan a las culturas y hacen que se influyan unas a otras y a consecuencia de ello lo mismo sucede con el lenguaje y el discurso. Consecuentemente, llegamos a la conclusión de que el análisis del discurso no sólo se centra en el estudio lingüístico de la lengua sino que también implica un estudio de las influencias que ejerce y que recibe de la sociedad, de la cultura y de las personas que lo producen y reciben. A partir de esta premisa basamos el presente estudio, teniendo en cuenta la influencia que la sociedad y el ámbito profesional ejercen sobre el lenguaje y las variaciones que de allí resultan dependiendo de quien lo utilice. Tras la exposición de la definición del término discurso y el breve resumen de la evolución de este campo de investigación, nos disponemos a establecer la diferenciación entre discurso oral y escrito.

En nuestro estudio vamos a centrarnos en el discurso escrito, pero queremos destacar que es un tipo de lenguaje que, por su contexto, incorpora ciertos rasgos del lenguaje oral. Por esta razón, nos disponemos a comentar las características que diferencian estas dos formas de expresión del discurso.

Tanto los usuarios del lenguaje como los analistas del discurso establecen dos modalidades de discurso: la conversación y el texto. Según van Dijk (2000: 23), la mayoría de los trabajos sobre el discurso se centran en la conversación y el diálogo, por lo tanto, en el habla, por el énfasis en la naturaleza interactiva y práctica del discurso asociado con un enfoque del uso del lenguaje como interacción oral. Por un lado, la conversación o el discurso hablado incluyen tanto las conversaciones cotidianas como otros tipos de diálogo más formal, como son las clases en una universidad (discurso académico), los debates políticos, las reuniones de distinta índole, etc. Por otro lado, el discurso escrito comprende un gran conjunto de tipos de discurso, por ejemplo; los libros de texto, las novelas, la prensa escrita, los artículos académicos, la correspondencia electrónica, etc. Cortés y Camacho (2003: 65) nos indican que no podemos olvidar que la escritura es también una forma de acción social y, por lo tanto, objeto de estudio discursivo.

Todos sabemos, que el discurso escrito ha sido tradicionalmente objeto de estudios lingüísticos, ya que en la tradición filológica occidental siempre ha habido preferencia por el discurso más elaborado. Se consideraba la expresión oral como una desviación o deformidad de la expresión escrita, considerada como perfecta. Todo ello tuvo como consecuencia que se establecieran clasificaciones de errores en la pronunciación, en el léxico o en el uso de la gramática por

provenir de diferentes estratos sociales o zonas geográficas, así como la expresión con vacilación, la repetición, los falsos comienzos de oraciones o las oraciones inacabadas.

El discurso escrito se ha considerado a lo largo de la historia como formal y académico, aunque como más adelante veremos, esto no es del todo cierto. La planificación de la producción escrita ha sido contemplada como fundamental utilizando procedimientos como las relaciones anafóricas, los conectores, la puntuación, etc. para crear cohesión entre las ideas expresadas. Por un lado, se ha caracterizado el discurso escrito siempre por poseer una organización sintáctica más compleja, con múltiples subordinaciones y con un léxico mucho más formal y académico.

Por otro lado, para algunos analistas el discurso escrito está más cargado de conceptos y cuando el discurso oral se recarga como el escrito, el receptor ‘pierde el hilo’ de lo que se dice y siente la necesidad de escribirlo. El discurso escrito posee una mayor densidad informativa y tiende a la nominalización, por lo que utiliza una cantidad numerosa de palabras con contenido léxico-semántico. En contraposición, el discurso oral destaca, para la mayoría de los estudiosos, por su riqueza en elementos de entonación y paralingüísticos, como el carácter gestual, su expresividad, etc., así como la falta de la planificación por la utilización de la improvisación, la posibilidad de introducir rectificaciones, por las repeticiones de ideas y palabras, la posibilidad de interrumpir al interlocutor, etc. Sin embargo, esto no ocurriría en discursos orales como conferencias, discursos académicos, etc. Los rasgos distintivos de cada modalidad de uso del lenguaje, ya sea oral o escrita, varían dependiendo de la situación o circunstancia en que éstas se producen. En la Tabla 1 se han clasificado y resumido las peculiaridades de cada tipo de discurso atendiendo a las particularidades que hemos destacado antes, siguiendo las directrices dadas por Cortés y Camacho (2003: 70-71):

<b>Discurso oral</b>	<b>Discurso escrito</b>
Discurso primario	Discurso secundario
Comunicación natural	Comunicación artificial
Inmediatez comunicativa (contigüidad en la emisión)	Distancia comunicativa
Sujeto a tiempo y espacio (aquí y ahora)	No sujeto a tiempo y espacio (posibilidad de pasado y futuro)
Informalidad, informalidad, inconsciencia	Formalidad, planificación, Conciencia reestructuradora del conocimiento
Anclaje en el contexto	Autonomía textual
Elipsis	Explicitud en el texto
Cohesión mediante entradas paralingüísticas	Cohesión mediante entradas léxicas
Repetición	Ausencia de repetición
Estructura lineal sencilla	Estructura jerárquica compleja



Patrones paratáticos	Patrones hipotáticos
Ramificaciones a la derecha con Subordinaciones limitadas	Ramificaciones a la izquierda con multitud de niveles de subordinación
Fugacidad	Permanencia
Narración	Exposición
Sistema de señales acústico-fonológico (vocalidad)	Sistema de señales gráfico (grafismo)
Diálogo	Monólogo
Ligereza conceptual	Densidad conceptual
Privacidad	Publicidad
Código restringido	Código elaborado
Abertura	Cerrazón
El emisor suele tardar menos tiempo en emitir el mensaje	El emisor suele tardar más tiempo en emitir el mensaje
Orientación hacia la acción, hacia el Acontecimiento	Orientación hacia la idea, Hacia el argumento

Tabla 1. Clasificación de las características del discurso oral y escrito de Cortés y Camacho (2003).

Sin embargo, estas características se refieren a dos prototipos tradicionales del discurso oral y escrito: la conversación cotidiana y coloquial y el texto formal. El abanico de posibilidades de ambas modalidades en la actualidad es mucho más amplio, desde una conferencia o debate formal a un e-mail entre amigos; por lo tanto, actualmente los rasgos de la comunicación contemporánea han variado. Pongamos, por ejemplo, la comparación entre el e-mail a un amigo, donde podemos encontrar rasgos propios del discurso oral como la falta de planificación, una importante presencia del contexto situacional debido a las experiencias compartidas por escritor y lector, etc., y una conferencia, que está llena de rasgos distintivos del discurso escrito, como son la fuerte cohesión realizada por marcadores de conexión, un discurso muy nominalizado, altamente planificado y con mucha densidad léxica.

En conclusión, no podemos decir que el discurso oral sea inferior en importancia al discurso escrito y viceversa, sino que ambos siguen patrones diferentes y están organizados de forma distinta, son coherentes a pesar de presentar a veces rasgos que les hagan parecer desorganizados. Según Halliday (1985), las técnicas de estudio y descripción del discurso oral equivaldrían a la edición de un libro que reflejara todos los procesos de corrección. Se admite que el discurso muy planificado sea generalmente escrito, pero no hay que olvidar que la mayoría de los textos escritos sólo son publicados al final de un proceso ilimitado de transformaciones.

Los proyectos y estudios realizados en este campo de investigación son muy variados y dispares, aportando información muy interesante no sólo al área del análisis del discurso, sino también a

otros campos de investigación de las ciencias sociales. A continuación se presenta la propuesta del discurso oral de Wetherell, Taylor & Yates (2001):

- Telephone calls to the emergency line of a psychiatric hospital.
- Conversations between female British Asian food servers and white British male cargo handlers in the staff cafeteria of a large airport.
- The archives, records and files found in the office of a school psychologist.
- Negotiations over budgets in a business meeting in a local television station.
- Discussions in the Ifaluk people from Micronesia in the Western Pacific about the words they use to describe different emotions.
- Representations of black athletes in various media such as magazines and newspapers.
- Interviews with sales managers in a large London store about their working lives.
- The back-and-forth dialogue in an internet chat room.

Además de estos trabajos, podemos ampliar el campo de estudio con otras aportaciones, como las incluidas en varias recopilaciones de artículos científicos que reflejan la gran variedad de discursos (oral y escrito) analizados (van Dijk, 1997); en dicha recopilación podemos encontrar trabajos sobre *Discourse and Culture* (Goddard & Wierzbicka, 1997), *Organizational Discourse* (Mumby & Clair, 1997), *Institutional Dialogue* (Drew & Sorjonen, 1997), etc. Otros como Schifffrin, Tannen & Hamilton, (2003) aportan investigaciones variadas sobre análisis crítico del discurso, discurso y racismo, discurso político, etc.

Como hemos explicado anteriormente, el análisis del discurso, además de estudiar y analizar la conversación (discurso oral) y el texto (discurso escrito), se ramifica en otras subclasificaciones o tipologías de análisis según la procedencia del discurso como el género, el registro, el modelo textual o el sociolecto. El analista del discurso deberá partir de aquí para caracterizar un determinado fragmento discursivo que, además de poseer unos rasgos propios del discurso oral o escrito, tendrá otros propios de su tipología. Aunque posteriormente ampliaremos en nuestro análisis algunas de estas tipologías, a continuación explicaremos brevemente en qué se basa cada una de ellas. A continuación explicaremos las tipologías de análisis del discurso más conocidas:

## 1. Género

Johnstone (2008: 182) propone la siguiente definición de género: “The relatively fixed text-types that are associated with particular recurrent purposes for writing of speech in a community are referred to as genres”. Como explica la autora, el género tiene una larga tradición en los estudios literarios, donde se refería a los diferentes categorías de textos literarios como: el épico, dramático, lírico, etc. Ahora bien, esta clasificación se ha ido actualizando a lo largo de la historia y los analistas del discurso han adaptado dicha clasificación a sus objetivos, como precisa la autora:

Discourse analysts interested in how writing and other communicative skills are acquired and deployed in professional discourse communities have used the idea of genre in discussing the categories of texts which a person has to learn to recognize, reproduce, and manipulate in order to become a competent member of a particular community. (Johnstone, 2008: 182)

En la actualidad, la clasificación de géneros discursivos es muy amplia y existe también una gran variedad de estudios y análisis que realizan subclasificaciones a su vez, como más adelante podremos comprobar.

## 2. El registro

Los registros se presentan como ‘maneras de hablar’ que vienen condicionadas por elementos de la situación en que se producen los discursos, especialmente quiénes hablan, para qué hablan, de qué hablan y por qué medio hablan (Cortés y Camacho, 2003: 81). Registro es un concepto sociolingüístico definido por las variables que concurren situacionalmente y está materializado en unas características lingüísticas (Halliday, 1978; Hymes, 1984; Biber, 1995). El registro es una variedad de la lengua caracterizada por su gramática y su léxico, utilizada en una situación comunicativa concreta. Todos los hablantes poseemos varios registros que ponemos en práctica según la situación, a quién nos dirijamos y de qué hablemos. No se utiliza el mismo registro cuando hablamos a nuestros hijos o cuando hablamos a nuestros colegas en el trabajo, ni tampoco se usa el mismo en una tertulia entre amigos que cuando nos encontramos en el aula con nuestros alumnos. Exactamente ocurre lo mismo con el discurso escrito, el registro utilizado en un e-mail a un amigo no es el mismo que el utilizado en un artículo académico. En unos y otros casos variará

de ser más formal y elaborado a ser más informal y familiar. Halliday et al. (1964) y Halliday (1978) contribuyeron al desarrollo del concepto de registro ofreciendo unas bases claras y bien definidas para lograr una clasificación de registros completa y sencilla. Halliday y Hassan (1985: 39) definen registro de la siguiente manera:

A configuration of meanings that are typically associated with a particular situational configuration of field, mode, and tenor... [which must] include the expressions, the lexico-grammatical and phonological features that typically accompany or REALISE these meanings.

### 3. Sociolectos

Finalmente, los sociolectos tratan de variedades sociales del discurso que son utilizadas por diferentes grupos de personas atendiendo a su nivel sociocultural, a su procedencia (geográfica o etnia), a la edad, al sexo, etc. Los analistas del discurso establecen diferencias entre la forma de utilización del lenguaje de los jóvenes, por ejemplo, que se caracteriza por la utilización de un argot especial e incluso dentro del grupo se pueden realizar subclasificaciones dependiendo de la clase social a la que pertenecen, etc. El término sociolecto se intercambia a menudo con el término dialecto social y Trudgill (2003) lo define como sigue a continuación: “[...] a variety or lect which is thought of as being related to its speakers’ social background rather geographical background” (Trudgill 2003: 122). En otras palabras, es la lengua que se habla en un grupo social concreto o en una clase social cuyos determinantes incluyen parámetros como el género, la edad, la ocupación entre otros. Una vez explicado el campo de estudio del análisis del discurso, nos disponemos a focalizar nuestra atención en el discurso escrito y más concretamente en los textos y la tecnología.

#### **3.4. Los textos y la tecnología**

El discurso escrito ha experimentado cambios que continúan en la actualidad debido al uso de las nuevas formas de comunicación electrónica, dichos cambios no sólo afectan a la forma, sino que también al contenido de los textos. La presente tesis doctoral analiza una de las formas de la comunicación digital, por ello, es necesario explicar cómo son y en qué han variado estas nuevas formas de escribir con respecto a las tradicionales.

### 3.4.1. Los textos en Internet

Aunque ya se ha mencionado en el capítulo 2, en este apartado vamos a incidir en las características de los textos que aparecen en la comunicación vía Internet. Las nuevas tecnologías han transformado nuestra vida en muchos aspectos, coincidimos con la afirmación de Crystal (2001: viii), "If the Internet is a revolution, therefore, it is likely to be a linguistic revolution". El lenguaje está jugando un papel en Internet y, a su vez, Internet está influyendo en el lenguaje.

Si la imprenta supuso una revolución en la escritura, como explicamos en anteriores apartados, de la misma forma lo ha supuesto en la actualidad la escritura electrónica. A lo largo de la historia de la humanidad, siempre ha habido escepticismo respecto a las innovaciones, como ocurrió en el siglo XV con la invención de la imprenta, igualmente ocurrió con la llegada del telégrafo, del teléfono e incluso de la televisión, como nos explica Baron (2000: 217) a continuación:

The Chappe telegraph was adopted in 1793 by the revolutionary government to maintain centralized authority across France. In fact, in 1837, a law was passed imposing "jail sentences of from one month to one year, and fines of from 1,000 to 10,000 Francs on anyone transmitting unauthorized signals from one place to another by means of the telegraph machine or any other means.

Por lo tanto, no es difícil comprender que lo mismo haya ocurrido con la tecnología y las nuevas modalidades de comunicación que éstas conllevan. Crystal (2001: 2) indica que existe un temor a la propaganda de información cuando aparece una innovación:

And when broadcasting enabled selected voices to be heard by millions, there was an immediate debate over which norms to use as correct pronunciation, how to achieve clarity and intelligibility, and whether to permit local accents and dialects, which remains as lively a debate in the twenty-first Century as it was in the twentieth.

Un hecho adicional es que los textos que aparecen en Internet están contribuyendo, desde sus inicios, a la expansión de la lengua inglesa así como el uso de la lengua inglesa por personas de todo el mundo con diferentes lenguas maternas. A cada minuto se están manteniendo conversaciones vía *chat* o vía e-mail en inglés. Por ello, la lengua inglesa ha adquirido el estatus de lengua franca. Internet le ha dado ese nivel, como afirma Finch (2003: 85):

In the meantime, the English which is used, particularly in countries where it is a second language, exhibits a refreshing capacity for novelty and innovations. Users feel much comfortable, for example, about slipping into non-standard spelling than they might with other forms of written communication.

Como en este capítulo comprobaremos, la lengua inglesa está experimentando diversas adaptaciones debidas, en algunos casos, a la tendencia a utilizar un lenguaje más coloquial y asequible para la comunicación por medio del ordenador (Finch, 2003). Este no es un fenómeno aislado, lo mismo sucedió en su momento cuando se comenzó a utilizar la imprenta. Surgieron nuevos diseños y nuevas manifestaciones del lenguaje escrito así como nuevos usos de la puntuación y de la ortografía. De la misma manera ocurrió con la invención del teléfono, introduciéndose nuevas convenciones para la interacción discursiva; así como con la radiodifusión, el lenguaje hablado se diversificó creando estilos muy diferentes, como los comentaristas deportivos, los presentadores de noticias, los tertulianos, etc.

Por otra parte, la red tiene ciertas desventajas, dado que se producen innumerables peligros por el mal uso que se le da en ocasiones. Sectas, nihilistas y pornógrafos han invadido la red, además, ciertas empresas comerciales sueñan con hacerse con su control, mientras dos tercios de la humanidad están, de hecho, excluidos (Ramonet, 1998: 12).

De este modo se plantean una serie de problemas de tipo jurídico, ético, político y cultural, pero no vamos a ahondar en este tema puesto que se trata de otro tipo de estudios. Lo que a nosotros nos ocupa y preocupa es la difusión y las diferentes utilizaciones de la lengua inglesa, por lo tanto, nuestro campo es el puramente lingüístico. Así pues, lo indudable es que una gran parte de la humanidad, cada vez más creciente, utiliza Internet como medio de comunicación e incluso en países donde los recursos son escasos, la conexión a la red se incrementa.

No podemos olvidar que muchas personas temen también a la expansión del inglés por Internet, y en este caso no son los hablantes nativos del inglés, sino los hablantes nativos de lenguas minoritarias. La imparable expansión del inglés hace pensar que las lenguas con menos fuerza se extinguirán en un futuro no muy lejano. Sin embargo, y aunque el inglés es la lengua dominante en la red, ésta ofrece a las llamadas lenguas minoritarias la posibilidad de ser escuchadas o leídas, precisamente gracias a su inmenso alcance. Como explica Crystal (2004: 66), el hecho de que el inglés sea una lengua global no le hace el único responsable de la desaparición de otras lenguas, pongamos por ejemplo la desaparición de lenguas locales en América del Sur o en muchas partes de Asia, donde el español, el portugués, el ruso, el árabe y el chino han reemplazado a las lenguas locales. En el África colonial, continúa el autor, el inglés no es el único responsable ya que las

rivalidades étnicas y religiosas suelen ser la razón por la cual las lenguas locales se vean amenazadas. Según, Crystal, la clave del asunto es de carácter general, debido a que nos enfrentamos a las consecuencias de una corriente globalizadora en la que se liberan fuerzas culturales y de mercado sin precedentes, en la que participan todos los idiomas más importantes y que actúan desequilibrando constantemente las fuerzas lingüísticas.

A pesar de sus detractores, lo que resulta indudable es la resonancia y el impacto que Internet ha ejercido y ejerce sobre las lenguas, en especial sobre la lengua inglesa y viceversa. Hace 25 años no nos imaginábamos una forma de comunicación tan inmediata, instantánea, fácil, cómoda y barata. Lo normal para nosotros era utilizar un bolígrafo y un papel o una máquina de escribir y allí redactar una carta, un pedido o cualquier tipo de documento. Sí, conocíamos la existencia de los ordenadores, pero estaban sólo al alcance de unos pocos y normalmente en el ámbito laboral. Sin embargo, en la actualidad, la gran mayoría nos sentimos incapaces de vivir sin nuestro ordenador personal; no sólo para nuestro trabajo, para cuyo caso es herramienta indispensable, sino también para nuestra vida privada, para la comunicación con nuestros seres queridos y amigos incluso cuando no existe gran distancia de por medio. Hemos aprendido a manejarlo, en muchos casos mediante el auto aprendizaje y en otros con cursos especializados, y nuestro lenguaje ha incorporado términos tecnológicos. Sabemos como utilizar el ratón, distinguir iconos y símbolos de todo tipo, así como guardar o abrir archivos, adjuntarlos en un email, ‘descargarlos’ de la red o ‘colgarlos’ también. Nuestra forma de hablar se ha modificado y ampliado, utilizando expresiones como: ‘pinchar en el enlace’, ‘mover el cursor’, ‘formatear’, ‘chatear’, etc.

Podemos, al mismo tiempo que escribimos, imprimir otro documento diferente, enviar un e-mail y recibir cientos de ellos, realizando diferentes funciones a la vez, sin tardar más de unos pocos minutos. Internet nos acelera la vida, todo ha de ser instantáneo y rápido, no tenemos tiempo que perder. En contraposición, para la redacción de una carta, antiguamente nos tomábamos todo el tiempo necesario para su elaboración, corrigiendo y releendo, ahora la mayoría de las personas no relee lo que ha escrito y no se para a pensar si está correcto o no, lo que prima es la rapidez y la inmediatez de la comunicación. El vocabulario y las frases tienden a ser menos extensas, todo se plantea de forma más sencilla.

Respecto al carácter fijo del texto tradicional, a su inmutabilidad y a su inflexibilidad, todo ello ha cambiado con el texto electrónico. No solamente con el texto que uno puede escribir, sino también con el texto escrito por otra persona, que modificamos nosotros como lectores, o incluso una

información descargada de una página web cualquiera, que puede ser alterada y de la que nos apropiamos sin ninguna dificultad. Si la redacción de textos ha cambiado mucho, no podemos olvidar tampoco la lectura de los mismos. La forma de leer documentos también está cambiando ya que leer lo que aparece en la pantalla del ordenador a veces requiere una destreza especial para no perder el hilo del tema y para poder elegir lo que más nos interesa extraer de un página web, por ejemplo. De alguna manera se podría decir que utilizamos el escaneo del texto para comprender su significado. La escritura tradicional se enseña en los colegios, basándose en una serie de reglas que todos conocemos y que todos podemos consultar en cualquier momento que lo necesitemos, esto incluye la redacción tradicional de cartas. Sin embargo, como nos indica Crystal (2004: 88), todavía no existen manuales comúnmente aceptados para la utilización de *Netspeak*, lo que el autor denomina como el lenguaje electrónico. Según explica Crystal (2004: 100), *Netspeak* es más que la suma de características del lenguaje oral y escrito. Ofrece prestaciones únicas, por lo que tiene que considerarse un nuevo tipo de comunicación. Es más que un mero híbrido de habla y escritura. Los textos electrónicos de todo tipo son sencillamente diferentes de los otros tipos de texto. De entre las características que se podrían resaltar es que son fluidos, simultáneos y su calidad no disminuye al ser copiados.

Una de las características revolucionarias y dignas de mención de los textos en Internet, y más concretamente, de los e-mails, es que este medio de escritura y comunicación permite que un correo electrónico sea contestado por el receptor dentro del mismo texto, es decir, que la persona que lo recibe pueda intercalar información en el texto original, alterar su orden, modificar sus párrafos para añadir o quitar lo que estime necesario y al reenviar el texto, a su vez el nuevo receptor también puede realizar todo este tipo de acciones y así sucesivamente con más receptores. Nunca antes había sido posible hacer algo así en la historia de la comunicación humana escrita. De acuerdo con Crystal (2004), el mundo de Internet es extremadamente fluido y sus usuarios exploran sus posibilidades de expresión experimentando con nuevas combinaciones de elementos como el correo electrónico, el *chat*, la web, etc. Internet es un medio electrónico, global e interactivo, y cada una de esas propiedades tiene consecuencias sobre el tipo de lenguaje que encontramos en él. Tanto el correo electrónico, como el *chat*, como la web están interrelacionados o pueden ser utilizados uno dentro del otro. Por ejemplo, muchas páginas web incluyen grupos de discusión y enlaces de correo electrónico, y a su vez, los correos electrónicos en muchas ocasiones poseen vínculos de 'hipertexto' que llevan a páginas web, es decir, podemos efectuar un salto de



un correo a una página web y luego volver. Según nos explica Crystal (2004), el vínculo de hipertexto es la propiedad funcional más importante de la web, sin la cual no existiría el propio medio. Esta flexibilidad, que da lugar a estas posibilidades comunicativas innovadoras, no es posible en la comunicación tradicional.

### **3.4.2. La comunicación por ordenador: *Computer Mediated Communication* y *Computer Mediated Discourse***

Existe un amplio campo de estudio del llamado *Computer Mediated Communication (CMC)*, se trata de la comunicación por medio de ordenador, que estudia una variedad de formas como el e-mail, el *chat*, los foros, los juegos de rol virtuales, etc. que, como señala Herring (2001: 612), sus características lingüísticas varían dependiendo del tipo de sistema del mensaje y del contexto socio-cultural. Dentro de este campo encontramos el sub-campo denominado *Computer-Mediated Discourse (CMD)* o discurso mediante el ordenador (DMO), que es definido por la autora como:

Computer-mediated discourse is the Communications produced when human beings interact with one another by transmitting messages via networked Computers. The study of computer-mediated discourse (henceforth CMD) is a specialization within the broader interdisciplinary study of computer-mediated communication (CMC), distinguished by its focus on language and language use in computer networked environments, and by its use of methods of discourse analysis to address that focus.

Este novedoso campo de estudio tiene sus orígenes en los años 80, cuando los lingüistas empezaron a sentir curiosidad por este nuevo método de comunicación. En 1984, Baron publicó un artículo que trataba sobre los efectos en el lenguaje de la comunicación a través del ordenador. De este modo, se inició la investigación en este reciente fenómeno, y otros investigadores continuaron la labor. Murray (1985) realizó un estudio sobre IBM y el sistema de mensajes en tiempo real, poco después, Severinson (1986) investiga sobre el sistema sueco de COM conferencias. Sin embargo no sería hasta 1991, con la publicación del trabajo de Ferrara, Brunner y Whittemore (1991) que se tomaría más en serio el CMD. A partir de entonces se multiplicaron los estudios sobre CMD, con un sinnúmero de diferentes trabajos en diferentes subáreas.

En un principio se consideró como único objeto de estudio lingüístico el correo electrónico, así pues, Herring (2007: 2) cita el artículo de Ferrara et al. (1991) como el punto de partida que impulsó a los lingüistas hacia el estudio del discurso por ordenador, aunque destaca que el único objetivo de análisis era el correo electrónico, sin tener en cuenta las otras variedades de

comunicación por ordenador que han ido surgiendo y que poseen sus propias características y formas de uso. La clasificación de los diferentes géneros de *CMC* se basa en el tipo de intercambio de comunicación, ya sea sincrónica o asincrónica.

Por un lado, destacamos la comunicación sincrónica en Internet, que es la llevada a cabo entre personas de forma no simultánea y cuyo ejemplo más utilizado es el correo electrónico. Y por otro lado, la comunicación asincrónica, que es el intercambio de información por Internet en tiempo real, perteneciendo a este grupo el *chat* (charla en inglés) y que también se denomina *IRC* (*Internet relay Chat*) que como indica Yus (2001) es la comunicación virtual.

Como hemos mencionado anteriormente, la comunicación por medio de ordenadores se consideraba como impersonal, anónima, con características del habla, etc. (Crystal, 2004). Como respuesta a estas ideas, los investigadores del campo creyeron necesario sentar las bases de una nueva forma de comunicación, independiente de la tradicional escritura y del lenguaje hablado (Baron, 1984; Murray, 1988, 1990). Los estudios que posteriormente se han llevado a cabo demuestran que esta nueva forma de comunicación está condicionada por una serie de factores tanto técnicos como situacionales (Collot y Belmore, 1996).

Sin embargo, a pesar de haber proliferado los análisis y estudios, Herring (2007) se queja de la falta de una clasificación sistemática y de que existe un problema de organización de la información en la CMO. Según la autora, el problema radica en que los estudiosos basaron sus primeros estudios en los años 80 y 90 en las existentes modalidades del lenguaje oral y escrito. Estos primeros intentos tendían a generalizar y a considerar el lenguaje por medio del ordenador como un único género homogéneo o tipo de comunicación. Sin embargo, con el incremento de la utilización de Internet, en los últimos años se desveló claramente que el discurso por medio del ordenador varía según los factores técnicos y situacionales que le afecten. Por lo tanto, se focalizó más el campo de su investigación y se pasó de considerar como único objeto de estudio las características lingüísticas de géneros individuales del discurso por medio del ordenador, como las listas de e-mail, los *chats*, etc. y se decidió profundizar en las prácticas socio-culturales de su uso. Herring (2007) propone una clasificación que sea útil a varios campos de investigación como son el Análisis del Discurso, la Pragmática, y otras áreas de la tradición sociolingüística.

Los analistas del discurso han clasificado este campo de estudio en varios tipos, de acuerdo a diferentes criterios, como hemos revisado en apartados anteriores. El análisis del discurso por

medio del ordenador adapta muchos métodos del estudio de los discursos orales y escritos tradicionales. Tomaremos como ejemplo la clasificación realizada por Herring (2007), que como hemos dicho arriba, la ha elaborado basándose en dos tipos de influencia: el medio (tecnológico) y la situación (social). A continuación expondremos algunos de estos factores, en primer lugar se mostrarán en la Tabla 2 los factores del medio:

*Medium Factors*

M1	<i>Synchronicity</i>
M2	<i>Message transmisión (1-way vs. 2- way)</i>
M3	<i>Persistence of transcript</i>
M4	<i>Size of message buffer</i>
M5	<i>Channels of Communications</i>
M6	<i>Anonymous messaging</i>
M7	<i>Private messaging</i>
M8	<i>Filtering</i>
M9	<i>Quoting</i>
M10	<i>Message format</i>

Tabla 2. Clasificación de factores de medio según Herring (2007).

Podemos destacar la sincronización del mensaje, es decir, si las personas que están comunicándose lo hacen en el mismo momento o si, por el contrario, no lo hacen y dicho mensaje se almacena, como ocurre con los e-mails. Aquí también cabría mencionar la persistencia del mensaje. Además, se tiene en consideración si el mensaje va dirigido en una sola dirección o es de doble dirección y, de esta forma, tanto el emisor como el receptor recibe lo que el contrario está escribiendo de forma simultánea. El tamaño del búfer de mensajes se refiere al número de caracteres admitidos en un solo mensaje; normalmente en los sistemas de e-mail el búfer es ilimitado; sin embargo, en los *chats* y teléfonos móviles tiene un número límite para el usuario. Los canales de comunicación se refieren a las diferentes posibilidades de transmisión de un mensaje, ya que de manera creciente existen cada vez más, como los canales visuales en los que se pueden visualizar vídeos, los sistemas de videoconferencia, etc.

El resto de factores se refieren a las posibilidades de establecer un mensaje anónimo, un mensaje privado, un filtro y *quoting*, es decir, repetir parte de un mensaje previo en la propia contestación. Todos ellos se refieren a aplicaciones tecnológicas que algunos sistemas de comunicación ofrecen por medio del ordenador. Finalmente, en la clasificación se establece el formato del mensaje, refiriéndose así al orden en que los mensajes aparecen, qué información es incluida automáticamente, cómo se presenta visualmente la información que se muestra en los

encabezamientos (en el caso de e-mails), etc. La clasificación que Herring (2007: 18-19) establece atendiendo a los factores situacionales es la que aparece en la Tabla 3:

S1	<i>Participation structure</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>One- to- one, one-to-many, many-to-many</i></li> <li>• <i>Public/private</i></li> <li>• <i>Degree of anonymity/ pseudonymity</i></li> <li>• <i>Group size; number of active participants</i></li> <li>• <i>Amount, rate, and balance of participation.</i></li> </ul>
S2	<i>Participants characteristics</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Demographics: gender, age, occupation, etc.</i></li> <li>• <i>Proficiency: with language/computers/CMC</i></li> <li>• <i>Experience: with addressee/group/topic</i></li> <li>• <i>Role/status: in “real life”, of online personae.</i></li> <li>• <i>Pre-existing sociocultural knowledge and interactional norms.</i></li> <li>• <i>Attitudes, beliefs, ideologies, and motivations.</i></li> </ul>
S3	<i>Purpose</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Of Group, e.g., professional, social, fantasy/role-playing, aesthetic, experimental.</i></li> <li>• <i>Goal of interaction, e.g., get information, negotiate consensus, develop professional/social relationships, impress/entertain others, have fun.</i></li> </ul>
S4	<i>Topic or theme</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Of group, e.g., politics, linguistics, feminism, soap operas, sex, science fiction, South Asian culture, medieval times, pub.</i></li> <li>• <i>Of exchanges, e. g., the war in Iraq, pro-drop languages, the project budget, vacation plans, personal information about participants, met-discourse about CMC.</i></li> </ul>
S5	<i>Tone</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Serious/playful.</i></li> <li>• <i>Formal/casual.</i></li> <li>• <i>Contentious/friendly.</i></li> <li>• <i>Cooperative/sarcastic, etc.</i></li> </ul>
S6	<i>Activity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>E.g., debate, job announcement, information Exchange, phatic Exchange, problem solving, exchange of insults, joking exchange, game, theatrical performance, flirtation, etc.</i></li> </ul>
S7	<i>Norms</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Of organization.</i></li> <li>• <i>Of social appropriateness.</i></li> <li>• <i>Of language</i></li> </ul>
S8	<i>Code</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Language, language variety.</i></li> <li>• <i>Font/ writing system.</i></li> </ul>

Tabla 3. Clasificación de factores situacionales según Herring (2007).

El primero de los factores situacionales es el de la estructura de participación, esto alude al número de participantes en la comunicación en línea, es decir, si la participación es bilateral o multilateral. También se refiere a si es una participación pública, semi-privada o privada, si los participantes lo hacen desde el anonimato o no. El segundo factor incluye las características de los participantes, describiendo su bagaje, sus habilidades, experiencias, la edad, ocupación, etc. También describe su nivel de competencia de uso en la informática, así como su status en la vida, su actitud, creencias, ideologías y motivaciones. El tercer factor a tener en cuenta es el del objetivo

o propósito de la comunicación, tanto individual como de grupo, si es profesional, social o lúdico, si los participantes requieren información, pretenden negociar, establecer y/o desarrollar relaciones profesionales o sociales, entretener, divertirse, etc. El cuarto factor se refiere al tema a tratar en la comunicación, variando desde política, lingüística, ciencia ficción, etc., o intercambio de información sobre temas variados como las vacaciones, el presupuesto para un proyecto, información personal, etc. El tono es el quinto factor clasificado y describe los diferentes tonos que pueden ser utilizados en la comunicación como tono serio, lúdico, formal, informal, amistoso, cooperativo, sarcástico, etc. En sexto lugar se encuentra la actividad desarrollada en la comunicación, si se trata de un debate, un trabajo, un anuncio, un juego, un intercambio de información, etc. Las normas que se van a utilizar forman parte del factor séptimo y se refieren a las normas de la organización, las normas del lenguaje, las normas para la adecuación al contexto social, etc.

Finalmente el código que se utiliza en la comunicación se refiere a la lengua usada en la interacción o a la variedad de la lengua. Se debe tener en cuenta también si es un dialecto, el registro utilizado (académico, coloquial, etc.), la clase social y la variedad regional. Dentro de este apartado también se incluye el sistema de escritura como la fuente utilizada.

Aunque en principio, todos los factores funcionan independientemente, en muchas ocasiones se repiten las coincidencias en el uso de algunas comunicaciones como, por ejemplo, el discurso académico aparece en más comunicaciones de tipo profesional, con un tono más serio, etc. Como consecuencia de la creciente expansión del uso de Internet y las diversas formas de comunicación que este medio propicia se producirán nuevas variedades de discurso que tendrá que ser clasificado y analizado. A continuación describiremos y explicaremos las características del correo electrónico, por ser éste la variedad de comunicación por ordenador que nos disponemos a analizar en esta tesis doctoral.

### **3.4.3. Los correos electrónicos y su organización**

Siendo el correo electrónico la variedad de comunicación electrónica que nos disponemos a analizar en esta tesis doctoral, debemos introducir brevemente sus características, como Crystal (2004: 86) detalla:

El correo electrónico (e-mail) es el uso de sistemas informáticos para enviar mensaje entre usuarios [...]. Aunque ocupa un espacio relativamente pequeño del dominio de Internet, en comparación con los miles de millones de páginas Web, supera ampliamente a ésta en cuanto al número de transacciones individuales diarias realizadas.

El e-mail ha visto incrementado su uso como medio de comunicación, especialmente en el ámbito profesional en los últimos años del siglo XX hasta la actualidad (Waldvogel, 2007). Posee algunos rasgos en común con las cartas tradicionales, pero realmente pertenece a un género de escritura independiente cuyas características difieren de las cartas. En la comunicación digital en inglés destacan algunas de sus características como, por ejemplo, la informalidad que les caracteriza, por lo que los tratamientos de cortesía del tipo *Dear Mr. / Ms*, etc. y las despedidas como *Yours Sincerely*, *Best Wishes* en ocasiones se evitan, como lo explica Baron (2000: 238):

In email, salutations and signatures tend to be sparse or non-existent. The pattern reflects, in part, the relative informality of email and in part the fact that the names of sender and addressee appear at the top of the message, making additional greetings and closings redundant.

Lo que realmente importa es el mensaje en sí, porque el resto de la información, el nombre, la fecha o la dirección de correo está ya incluida. Además del frecuente estilo informal, que tiene el e-mail, se caracteriza en ocasiones por las frecuentes faltas de ortografía debido, en gran medida, a la rapidez con que se escribe y a que prime la inmediatez de la contestación. A veces ni siquiera se revisa o corrige antes de mandarlo, como indica Ferrara et al. (1991: 14), “The faster rates have undoubted effects on the composing process and the ability of writers to revise or edit”.

A diferencia de la carta, el e-mail normalmente es contestado inmediatamente, algo que no ocurre con las cartas tradicionales, ya que pueden esperar varios días e incluso semanas. Sin embargo, el e-mail demanda una respuesta inmediata. La carta exige una planificación y organización de las ideas e información y el email, por el contrario, transmite los pensamientos de una forma instantánea sin demasiada reflexión. En un email tenemos la opción de eliminar lo que no nos parece bien con mucha facilidad, ya que es un procedimiento habitual y, sin embargo, en la carta tradicional no resulta tan sencillo (Crystal, 2004). Los e-mails sirven de comunicación interna dentro de una misma empresa, institución u oficina y nos ofrecen la posibilidad de saber si el destinatario lo ha recibido y/o leído.

El correo electrónico ha revolucionado la forma de comunicarse, no sólo atendiendo a la velocidad y al estilo, sino también a la accesibilidad que ofrece, es decir, las personas que antes no se atrevían con la redacción de cartas o les parecía inadecuado dirigirse a determinadas personas por teléfono, pueden ahora comunicarse y recibir contestación de personas con las que nunca hubieran contactado de otro modo. Pongamos como ejemplo los estudiantes en general y los universitarios en concreto, antiguamente para hablar con un profesor debías limitarte a las horas de atención y si ese profesor o profesora estaba en otra universidad no te atrevías a llamar por teléfono; sin embargo en la actualidad recibimos correos electrónicos a diario de alumnos haciendo consultas, sin ningún tipo de problema. Aunque en estos casos la redacción debería ser más formal, en numerosas ocasiones no es así, y el estilo es informal, algo inconcebible anteriormente.

Una consecuencia importante de la comunicación electrónica es el cada vez más creciente dominio de la lengua inglesa como lengua global. El desarrollo informático llevado a cabo en Estados Unidos ha contribuido en gran medida a ello. Como también referimos en el primer capítulo, las relaciones comerciales entre empresas internacionales y la globalización en general han intervenido en esta expansión del inglés. Yates (1996: 112) así lo explica:

Three main issues have arisen around the English language and the Internet. The first is the extent to which the technology of the internet supports and encourages the use of English more than other languages. The second is a concern about the political and cultural dominance by English-speaking countries of a key global communications technology. The third issue is the extent to which English is itself changing as a result of its use on the Internet.

No obstante, como matizan Danet y Herring (2007) hay una creciente participación de otras lenguas que van adquiriendo mayor participación en Internet. Aunque el correo electrónico tiene un carácter individual, los e-mails pueden ser dirigidos a una sola persona o a varios destinatarios. En algunos casos, incluso pueden ser enviados en masa a una lista de destinatarios como los envíos de información de tipo institucional y comercial. Baron (1998: 143) denomina los dos tipos de e-mails como *One-to-Many Dialogue (identified interlocutors)* y *One-to-One Dialogue (identified interlocutors)*.

Las características del correo electrónico varían constantemente, como indica Baron (1998: 143), ya que está en constante evolución y esto hace difícil la realización de una descripción exhaustiva, minuciosa y estable, así como la creación de una gramática unificada. Habría que destacar el hecho de que, así como en la escritura tradicional existen una serie de reglas y normas para la

corrección, en la escritura electrónica no. Tanto niños, adolescentes como adultos estudian en un momento dado de su educación cómo deben redactarse los textos, y más concretamente las cartas, como medio de comunicación interpersonal. Sin embargo, no existen manuales o reglas para la redacción de los e-mails en los ámbitos académicos y los pocos que se han publicado no han tenido mucha resonancia (Baron, 2000: 235). No obstante, se prevé, que en un futuro no muy lejano, dicha normativa se enseñe en los colegios (Crystal, 2004).

Aunque hemos comentado que la comunicación vía e-mail es rápida e inmediata, no siempre es así y esto depende de factores, a veces, ajenos tanto al emisor como al receptor. El correo electrónico es un discurso asincrónico por ordenador y ésto es debido a que la respuesta puede demorarse dependiendo de si el receptor la recibe al mismo tiempo o no, si la llegada del mensaje es indicada por el ordenador del receptor o no, si el receptor tiene hábito de respuesta inmediata o no, si éste tiene fácil acceso al ordenador o por el contrario no lo tiene a diario, etc. También se pueden producir incidencias en el sistema, tales como problemas en el procesamiento de la anchura de banda, la densidad de tráfico de mensajes en el servidor central, o algún problema en el ordenador del emisor o del receptor.

Como, posteriormente analizaremos, la lengua está sufriendo cambios a los que todos hemos de adaptarnos con mayor o menor facilidad. Según Crystal (2004: 103), la evolución lingüística amplía la gama de expresión de las lenguas que se utilizan actualmente en Internet, al introducir nuevas convenciones. Por ejemplo, el uso por defecto de letras minúsculas significa que cualquier mayúscula destacará fuertemente, imprimiendo carácter a la comunicación. Por esta razón, los mensajes escritos enteramente en mayúsculas se consideran como agresivos, aunque su utilización también es una representación gráfica del sonido y proviene del uso que se le da en los comics (Danet, 2002: 8).

Existe una mayor utilización de signos, que no son utilizados en el sistema de puntuación normal de forma habitual, como #. También cabe destacar el uso de diferentes signos de puntuación juntos, en grupos para formar los llamados ‘emoticonos’ como: :) =( :D para expresar simpatía y alegría, :( =( para expresar tristeza :S para expresar desconcierto ;) para expresar complicidad. Para leerlos es necesario inclinar la cabeza hacia el lado izquierdo e inmediatamente veremos la ‘carita’ con la expresión deseada. El uso de los emoticonos no está limitado sólo a niños y adolescentes, sino que también lo usan los adultos. La palabra procede del término inglés



*emoticons*, que a su vez es una palabra compuesta de *emotion* y *icons*, es decir, emociones expresadas a través de iconos.

El uso de abreviaciones es también muy común en la escritura del e-mail, por ejemplo: *L8r* por *later*, *brb* por *be right back*, *ttyl* por *talk to you later*, *xoxo* por *hugs and kisses*, *afk* por *away from keyboard*. Crystal (2004), destaca también, que las lenguas utilizadas en Internet han adquirido un vocabulario nuevo, cuya gran parte procede del uso del inglés como lengua global. Han surgido un sinnúmero de palabras nuevas que hacen referencia a situaciones de tipo personal y a otras muy relacionadas con el ámbito de Internet, convirtiendo al léxico de este campo como uno de los más ricos y creativos del inglés contemporáneo. Podemos mencionar, entre otras, las que se refieren al uso de *software*: *Windows* (ventana), *file* (archivo), *format* (formato), *help* (ayuda), *search* (buscar), *chat* (charlar, hablar), *forward* (adelante), *save* (guardar), *fonts* (fuentes), etc.

La mayor parte de los estudios llevados a cabo sobre los correos electrónicos hasta finales de los años 90 analizan las similitudes y/o diferencias entre el lenguaje oral y el escrito y cómo estas se ven reflejado en la redacción de dichos correos electrónicos. Así lo indican Collot y Belmore (1996: 14) en un estudio sobre la ‘nueva variedad del inglés’:

Electronic Language is characterized by a set of situational constraints which set it apart from other varieties of English. Messages delivered electronically are neither ‘spoken’ nor ‘written’ in the conventional sense of these words. There is an easy interaction of participants and alternation of topics typical of some varieties of spoken English. However, they can not be strictly labeled as spoken messages since the participants neither see nor hear each other. Nor can they be considered strictly written since many of them are composed directly on-line, thereby ruling out the use of planning and editing strategies which are at the disposal of even the most informal write.

Although text- based online Communications is written, it partially resembles oral Communications. Many people have commented that composing an email feels like talking even though it is written; others have noted that at least in some respects it even looks like talking- some of its linguistics features resemble those of speech.

El término *estilo* apunta al estilo del correo electrónico Baron destaca que es predominantemente informal, pero que depende de la elección y criterio del remitente, ya que en la actualidad se utiliza como vía de comunicación en una gran variedad discursiva.

A continuación, para finalizar con este apartado, vamos a describir la organización interna de los correos electrónicos. Como todo documento escrito, el correo electrónico se organiza de una forma particular, no siendo tan rígida la estructura como la redacción tradicional. Actualmente, todos nos sentimos familiarizados con la redacción de e-mails, aún así, es importante analizar su

estructura y sus diferentes partes, especialmente para el análisis que posteriormente vamos a llevar a cabo en esta tesis doctoral.

La organización del e-mail viene dada por el programa de correo utilizado y hay dos elementos que todos tienen en común: los encabezamientos y el cuerpo del mensaje que, como indica Crystal (2001: 95), tiene una organización parecida a las cartas tradicionales:

An individual e-mail consists of a series of functional elements, for which terminology varies somewhat, all of which are similar in purpose to those found in traditional letters and memos. 'Compose' screens typically display a bipartite structure, with a preformatted upper area (the header or heading) and a lower area for the main text (the body of the message).

Sin embargo, Yates (1996: 126) difiere en su concepción del e-mail, considerándolo como algo distinto de nuestro concepto tradicional de redacción: "Electronic mail is one of the most extensively used facilities on the Internet, but like the World Wide Web page, e-mail message can frequently constitute a collage of other electronic texts". En realidad, la flexibilidad que ofrece esta forma de comunicación es muy variada que evoluciona y cambia sin darnos cuenta.

En este estudio nos basaremos en la organización que Crystal (2001) lleva a cabo sobre los correos electrónicos, ampliándola con otros estudios y nuestra propia visión. En el siguiente esquema podemos comprobar los diferentes elementos estructurales del correo electrónico propuestos por el autor anteriormente citado:

1. Encabezamientos:
  - a. El remitente
  - b. El destinatario
  - c. El asunto
  - d. La fecha y la hora
  - e. Campo para adjuntar información adicional
  - f. Campo para el envío de copias a otras direcciones de correo
  - g. Campo para resaltar la prioridad del mensaje
  - h. Saludo inicial
2. Cuerpo del mensaje:
  - a. Párrafo de introducción del mensaje
  - b. Párrafos con el desarrollo del mensaje
  - c. Párrafo final.
  - d. Despedida
  - e. Firma

Los cuatro elementos principales de los encabezamientos son: el remitente, el destinatario, el asunto, la fecha y hora. El remitente nos informa del nombre de quien nos escribe así como también desde qué entidad nos escribe. La dirección de correo electrónico suele formarse del nombre del emisor seguido de una @ y a continuación el nombre de la empresa o entidad donde éste trabaja, el país de origen y por último servidor del correo electrónico. Es importante destacar que en el campo del remitente aparece la palabra *From*, en inglés y *de*, en español.

En cuanto al destinatario, podemos decir que es el campo donde aparece la dirección de correo electrónico a quien va dirigido el mensaje, y donde automáticamente aparece la palabra *To*, en inglés y *Para* en español. Puede haber más de un destinatario, en cuyo caso, podremos escribir más direcciones en este campo o utilizar campos adicionales donde aparecen las siglas *CC* que significa con copia, (en inglés *CC* que significa Carbon Copy) o *CCO* con copia oculta, (*BCC* en inglés que significa *Blind Carbon Copy*), dependiendo de si queremos que el resto de destinatarios sepa a quien más se ha enviado el mensaje o no.

El tercer campo importante a tener en cuenta es el del asunto, es un elemento informativo importante a la hora de decidir si nos interesa abrir el mensaje o no. Un asunto que sea adecuado o que atraiga la atención del receptor es más posible que sea leído antes de ser borrado (Yus, 2001). Es fundamental sintetizar en el asunto lo que el mensaje contiene, ya que el receptor puede recibir miles de mensajes diarios e inevitablemente debe realizar una criba para seleccionar los que más le interesan. Además, en este apartado debemos mencionar el creciente envío de publicidad a través del correo electrónico que supera los filtros que tengamos instalados en nuestro equipo informático, por lo tanto, es necesario tener mucha precaución a la hora de abrir ciertos mensajes que pueden contener virus dañinos para nuestro ordenador y la información que éste almacena. En algunos casos, el remitente escribe una frase introductoria que luego continuará dentro del cuerpo del mensaje, estableciendo una relación entre ambas partes (Crystal, 2001: 99). La fecha y hora de envío es proporcionada de forma automática por el sistema y suele ser la del lugar de origen del mensaje. El sistema ofrece también la posibilidad de incluir información adicional como adjuntar anexos, que pueden ser tanto archivos escritos como de tipo audiovisual, así como la posibilidad de marcar el mensaje como urgente o de alta prioridad, la opción de solicitar acuse de recibo, enviarlo con opción a firma o no, tener la posibilidad de responder o reenviar el mensaje, archivarlo, etc.

Crystal (2001: 99) incluye el saludo dentro del apartado de encabezamientos. Se trata de un apartado especialmente interesante dentro de nuestro estudio ya que tiene mucha influencia socio-cultural, como posteriormente analizaremos en esta tesis doctoral. Este autor explica que lo normal es utilizar algún tipo de saludo que preceda al texto propiamente dicho, sin embargo, hay una variedad de e-mails que no tienen saludo como son los mensajes dirigidos a personas que no se conoce, este es el caso de los anuncios públicos y los correos denominados *junk-mail*, o ‘correos basura’. Otro tipo de correos electrónicos incluyen automáticamente *Dear X, Hi X, etc.* Los e-mails internos enviados dentro de una misma institución también omiten, a veces, el saludo personalizado recordando al tradicional *memorandum*. En otras ocasiones utilizan un saludo genérico como *Dear All*. Cuando se trata de mensajes muy breves que requieren una contestación inmediata es más probable que el saludo se omita, como lo muestra el siguiente ejemplo (Ibid: 2001: 99):

Arriving message: David, will 7.30 be OK for the talk? Colin. Response message: Fine.

Los saludos iniciales más frecuentes varían desde la utilización de Dear, Hello, Hi, nombre propio, hasta combinaciones de todos ellos. En este apartado hay variedad de opiniones, Baron (2000: 238) opina que *Hi* es utilizado en todos los casos incluso en mensajes en los cuales el destinatario es desconocido, también Gimenez (2000: 245) llegó a dicha conclusión. Sin embargo, Danet (2002: 10) indica que las fórmulas usadas en las cartas tradicionales son las que se utilizan en los correos electrónicos. En cuanto a la ubicación del saludo, existe la posibilidad de que aparezca separado del mensaje al principio, como sucede en las cartas tradicionales, o unido a éste y solamente separado por una coma.

En relación al cuerpo del mensaje, podemos hablar de su organización y de su contenido. Como Crystal (2001) señala, la gran mayoría de los manuales sobre redacción de e-mails se basan en las pautas de la redacción tradicional añaden, por otra parte, ciertas características más propias de los correos electrónicos como el uso de las contracciones en inglés y otra serie de usos que en la redacción tradicional son considerados como erróneos. A continuación vamos a dividir el cuerpo del mensaje en cinco partes, como la redacción tradicional de cartas.

En primer lugar se encuentra el párrafo introductorio, donde se informa brevemente al lector de lo que trata el mensaje, aunque en el asunto esto puede estar bien explicado. Por supuesto, este tipo

de organización es más utilizada en e-mails de tipo profesional o comercial que en los e-mails personales. Como señala Crystal (2001: 109):

When the message gets longer, and specially when documents of considerable length are sent (as in much Business Communications), the style guides strongly recommend that special attention is paid to the information which appears on the opening screen- providing a strong first paragraph or summary.

A continuación se encuentran el resto de párrafos con el desarrollo de la información, la mayoría de los manuales recomiendan la separación de las diferentes puntos a tratar en diferentes párrafos, para que la lectura sea más rápida y clara. Consecuentemente el uso de puntos, números o letras que organicen dicha información es muy recomendable también, algo que no se suele utilizar tanto en las cartas tradicionales. En cuanto al espacio existente entre líneas, se aconseja dejar una línea en blanco para que la lectura sea más fácil. La información debe ser expresada de forma concisa y breve, ya que la lectura en la pantalla es más difícil y los textos muy largos tienden a no ser leídos o a que sea necesario imprimirlos. Otra cuestión a tener en cuenta es que no es totalmente probable que la estructura que nosotros le hemos dado a un texto le aparezca de la misma forma al receptor, debido a la configuración de cada ordenador. Asimismo, algunas características de las letras como la cursiva, negrita, etc. pueden ser modificadas en la transmisión.

Como hemos mencionado anteriormente, los correos electrónicos contienen frecuentemente faltas de ortografía provocadas en la mayoría de los casos por la rapidez de su redacción y por la falta de revisión por parte del redactor. No obstante, según Crystal (2001: 111), esto no provoca disrupción en el proceso comunicativo, idea que es compartida por otros estudiosos como Finch (2003: 81), quien opina que los e-mails destacan por sus lapsos tanto en gramática como en ortografía, pero que todos excusamos los errores, lo que importa es la rapidez y los compara a su vez con los telegramas, a los que, en cierto modo, han sustituido. Baron (2000: 241), por su parte, coincide con los anteriores y añade que muchos sistemas ofrecen corrección de errores automáticos de los e-mails, pero son los emisores los que no hacen uso de ellos. Otro creciente déficit es el uso de signos de puntuación que, a nuestro parecer, resulta más problemático para la comprensión de un e-mail. Sin embargo, en opinión de Crystal (2001), esto se produce más en el ámbito de la comunicación comercial y no se destaca por su preocupación.

Para finalizar, en el correo se incluye un párrafo final o conclusión del mensaje en el cual el emisor, o bien sintetiza lo anteriormente expuesto o bien se despide simplemente. Como en el

saludo del cuerpo del mensaje, la despedida varía desde las muy formales como *Looking forward to hearing from you* y a continuación *Yours Faithfully / Faithfully Yours, Yours Sincerely/ sincerely Yours*, etc., hasta los informales *Cheers, Bye, Talk to you, Best Wishes*, etc.

La despedida es un elemento del e-mail que tiene dos funciones importantes que lo distinguen de la carta tradicional. En primer lugar, actúa como marcador de límite, indicando que no es necesario continuar con la lectura y, por lo tanto, muchos lectores no leen más allá de la firma, ya que en muchos casos aparece automáticamente información adicional de publicidad del servidor, aviso de filtro de virus, confidencialidad del mensaje, etc.

En segundo lugar, tiene una función añadida, la de proporcionar al receptor información que no aparece en el encabezamiento o si el mensaje es reenviado a posteriores receptores (Crystal, 2000: 105). Este tipo de información puede referirse al puesto que ocupa la persona en la jerarquía de la empresa o institución desde la cual escribe, número de teléfono o fax y aparece después de la firma del emisor.

Para finalizar este apartado, queremos hacer alusión a los manuales que nos aconsejan sobre la redacción de los e-mails. Dichos manuales ofrecen una visión estandarizada de la redacción de los e-mails y, en la realidad, existen muchas más variaciones. En sus recomendaciones reducen el abanico de posibilidades. En cierta medida, tienen en cuenta algunas diferencias culturales en la redacción y el tratamiento, aunque normalmente se centran en Europa y Estados Unidos sin contemplar otros países o zonas del mundo. Se destaca en gran medida la informalidad del medio, que quizá en algunos países como Norteamérica esté bastante asimilado pero en otros, el uso del nombre de pila o lo que para nosotros sería el tuteo, no es admisible. Las diferencias socio-culturales, las de bagaje, las de educación, las de edad, las de nacionalidad, las de profesión, etc. han de tenerse en cuenta. A medida que el e-mail sea utilizado por más personas sus variaciones se irán ampliando y los manuales deberán reflejarlo, de esta forma lo expone Crystal (2006: 112):

My prediction is therefore that e-mail in a few years' time will display a much wider stylistic range than it does at present, as the medium is adapted to suit a broader range of communicative purposes.

## **4. LAS LENGUAS DE ESPECIALIDAD Y EL GÉNERO**





#### 4.1. Definición y clasificación

En este cuarto capítulo trataremos un campo de estudio muy relacionado con nuestro análisis, el *ESP (English for Specific Purposes)* o IFE (Inglés para fines específicos), realizando un recorrido desde los orígenes de dicho campo hasta la actualidad. Hemos revisado, a lo largo de los fundamentos teóricos, la importancia y trascendencia de la lengua inglesa en el siglo pasado y en el presente, en este capítulo volvemos a reincidir en la misma idea para explicar los orígenes del IFE.

Como anteriormente hemos mencionado, tras la Segunda Guerra Mundial, el inglés adquirió un estatus privilegiado, motivado sobre todo por la influencia norteamericana en el mundo. La expansión comercial, tecnológica y económica que dicho país estaba experimentando, provocó el deseo de aprender inglés en un amplio número de la población mundial. Dominar la lengua inglesa suponía poseer la llave para abrir la puerta al desarrollo tecnológico y económico. El nivel cultural y de preparación de las personas que sentían la necesidad para comunicarse internacionalmente, unido a su interés por formar parte de la comunidad académica internacional, propició que demandasen cursos de inglés más enfocados a sus áreas de estudio o profesión. Por otro lado, los empresarios y los hombres de negocios deseaban vender sus productos en otros mercados y, para ello, era necesario saber inglés. En medio de este contexto socio-cultural, cada vez más aumentaba el interés por aprender la lengua inglesa, y lo que es más importante, el inglés general ya no era suficiente, un inglés más a medida de las necesidades de cada uno iba tomando forma.

Debido a las nuevas necesidades de la lengua, tuvo lugar una revolución en la lingüística, como Hutchinson y Waters (1987) lo denominan. Hasta entonces, la lingüística se había ocupado de marcar las pautas y las normas para el correcto uso de la lengua, es decir, la gramática. Sin embargo, las tendencias innovadoras que despuntaban, no se basaban tanto en las características formales de la lengua sino en su uso en la comunicación real. Este hecho que estamos describiendo está relacionado con los estudios que en capítulos anteriores hemos mencionado sobre las diferencias entre el lenguaje hablado y el escrito, los diferentes contextos en los que el lenguaje se manifiesta, etc. Según Hutchinson & Waters (1987: 7), toda esta situación desembocó en la creación de cursos para alumnos específicos: “The idea was simple: if language varies from one situation of use to another, it should be possible to determine the features of specific situations and then make these features the basis of the learners’ course”.

A partir de finales de los 60 y a principios de los 70 tuvo lugar la expansión en la investigación en esta nueva área de estudio. Sin embargo, habría que destacar que no ha seguido el mismo ritmo en todos los países a la vez. Los investigadores trataban de buscar nuevas fórmulas para que tanto la enseñanza como el aprendizaje del inglés fueran más efectivos y más específicos en las diferentes áreas de demanda.

Esta nueva área de la enseñanza de la lengua inglesa empezó a cobrar importancia hacia 1960 y en esa década fue cuando comenzó a ser objeto de una investigación más profunda. Como consecuencia de este interés por parte de los investigadores, esta disciplina adquirió relevancia dentro de la Lingüística Aplicada, incluso algunos autores consideran el IFE una disciplina independiente dentro de la enseñanza del inglés y, por lo tanto, de la Lingüística Aplicada.

Dudley-Evans y St. Johns (1998) hacen un estudio profundo del desarrollo experimentado por el IFE, situando sus inicios a partir del crecimiento de la economía mundial, de la ciencia y la tecnología en los años 50 y 60 que provocó un incremento del uso del inglés como lengua de la ciencia, tecnología y de los negocios. Por otro lado, también influyó la supremacía económica de algunos países ricos en petróleo y el creciente número de estudiantes internacionales en países de habla inglesa. Su desarrollo ha sido largo y, durante este periodo de tiempo, se han utilizado diferentes tipos de análisis para el estudio o investigación del IFE como *Register Analysis*, *Rhetorical and Discourse Analysis*, *Analysis of Study Skills and Analysis of Learning Needs* (Dudley-Evans & St. Johns 1998: 20).

*Register Analysis* fue la primera tendencia, ésta se centraba en la gramática y el vocabulario del inglés técnico y científico, la mayoría de los textos publicados durante esta época se basaban en el mismo patrón sin prestar demasiada atención a la comprensión lectora, ni a las habilidades en este sentido. Hutchinson y Waters (1987: 10) así lo explican:

In fact as Ewer and Latorre's syllabus shows, register analysis revealed that there was very little that was distinctive in the sentence grammar of Scientific English beyond a tendency to favour particular forms such as the present simple tense, the passive voice and nominal compounds.

Como consecuencia de la debilidad de este enfoque, surgió el segundo análisis hacia los años 70: *Rhetorical or Discourse Analysis*. Así como el enfoque anterior se centraba en la sintaxis a nivel de la oración, este nuevo enfoque ponía más atención en la producción de un texto y, por lo tanto, su objetivo era que dicho texto tuviera cohesión y coherencia, teniendo en cuenta párrafos y unidades superiores a la oración. Además de focalizarse en la estructura del texto, también examinaba los

contextos que afectan al uso del lenguaje, por ejemplo, en transacciones sociales, la relación del discurso con los hablantes o los oyentes (Jordan, 1997: 229). Esto sucedía a principios de los años 70 y fue Widdowson, en Gran Bretaña, el investigador que se centró en esta nueva tendencia y consiguió que fuera la más relevante en aquel momento. Por otra parte, en Estados Unidos, en la llamada Escuela de Washington, se encontraban: Selinker, Trimble y Lackstrom. Durante este periodo seguía siendo el inglés técnico y científico el que más importancia tenía y el que más se investigaba y trabajaba. Sin embargo, este enfoque, a pesar de haber introducido novedades, seguía basándose en el lenguaje y, como consecuencia de las lagunas que ambos enfoques dejaban en el estudio del IFE a partir de finales de los 70, se inició el estudio de las cuatro habilidades o, lo que es lo mismo, *Analysis of Study Skills*.

*Analysis of Study Skills* o el enfoque de las cuatro destrezas de la lengua se basaba en el habla, en la comprensión oral, en la comprensión de la lectura y en la escritura en inglés específico. Esta tendencia consideraba que, dependiendo de las necesidades de los estudiantes, se debía enfatizar más el estudio o práctica de unas u otras, ya que no son las mismas necesidades las de un hombre de negocios que quiere mejorar sus habilidades de comunicación oral que las de un ingeniero que necesita redactar informes.

Este enfoque se desarrolló paralelamente al de *Needs Analysis* o análisis de necesidades, también se le dio el nombre de *Target Situation Analysis*. Su principio básico era que la sola enseñanza del idioma no era suficiente para la aplicación a la vida profesional de los estudiantes, trataba de establecer procedimientos para relacionar más estrechamente el análisis de la lengua con las razones del alumno para aprender la lengua. El modelo de Munby (1978), producía un perfil detallado de las necesidades de los alumnos así como sus objetivos de comunicación, el contexto de la comunicación, los medios para la comunicación, etc.

A finales de los años 70 y principios de los 80 hubo un periodo de consolidación del inglés para fines específicos. Se empezaron a escribir artículos y también a llevar a cabo estudios empíricos, entre ellos cabe destacar a Munby's (1978) y, por otro lado, Hutchinson y Waters con varios trabajos de investigación entre 1981 y 1987. De esta manera se consolida el estudio del IFE y, además de reconocerse, se replantean algunas de las ideas aceptadas. Según Dudley-Evans y St John (1998), Hutchinson y Waters (1987) propusieron un último enfoque para la enseñanza del IFE, más centrado en el aprendizaje en sí que en el producto final: *Learning-centered approach*, ya que

pensaban que los anteriores enfoques adolecían de un aprendizaje efectivo y se fijaban más en la forma y producto final.

Otro aspecto interesante de este enfoque es que estudiaba si los alumnos aplican destrezas o habilidades adquiridas anteriormente al estudio del IFE, es decir, la utilización de un texto como vehículo de información más que un objeto lingüístico en sí. Debemos añadir que consideraba que cada persona tiene una forma diferente de aprender y, por lo tanto, se ponía énfasis en el trabajo en grupo o en parejas dependiendo de las necesidades de los estudiantes.

Finalmente, debemos nombrar el último y más reciente de los enfoques o análisis dentro del IFE o del inglés para fines académicos (IFA), el *Genre Analysis* o análisis de género, que se inició hacia los años 80 y continuó en los 90. Se basaba en la clasificación del uso del lenguaje en diferentes contextos, por ejemplo, el estudio del inglés académico de artículos de investigación, resúmenes, peticiones de becas, tesis doctorales, etc. (Swales, 1990). Posteriormente haremos referencia a este análisis con más detalle.

## **4.2 El inglés profesional y académico (IPA)**

El inglés profesional y académico (IPA) es como se ha llamado, en los últimos años, al inglés para fines específicos (Jordan, 1997; Dudley-Evans y St. John, 1998; Alcaraz Varó, 2000). De esta forma se ha definido un poco más sus dos vertientes, por un lado, la profesional que abarca distintos ámbitos laborales e investiga los textos relacionados con el lugar de trabajo (la medicina, la ingeniería, el comercio, la economía, el derecho, etc.) y, por otro lado, los contextos académicos (universidad, libros, revistas especializadas, etc.). La interdisciplinariedad es un rasgo importante a resaltar en las lenguas profesionales y académicas, ya que es una intersección entre lo teórico y lo aplicado. Alcaraz Varó (2007: 7) define las lenguas profesionales y académicas explicando que son lenguas aplicadas en las profesiones, pero que también han sido aprendidas en la universidad; de manera que la universidad da conocimientos e información lingüística a la sociedad, pero también la recibe de ésta, renovándose y perfeccionándose por el continuo contacto con la realidad.

La primera clasificación del IFE fue realizada por Hutchinson y Waters (1987) desde un enfoque pedagógico. Estos autores representaron un gran árbol de cuyo tronco partía *ELT English Language Teaching*, el tronco se dividía en tres ramas principales: *English as a Mother Tongue*

(EMT), *English as a Second Language (ESL)* y *English as a Foreign Language (EFL)*. Ésta última se dividía en dos más: *General English (GE)* y *English for Specific Purposes (ESP)*, ramificándose esta última en una gran variedad de vertientes específicas como: *English for Science and Technology (EST)*, *English for Business and Economics (EBE)*, *English for Social Sciences (ESS)*, *English for Academic Purposes (EAP)*, etc. En la actualidad, este esquema se ha simplificado, ya que se han agrupado en campos genéricos todas las especialidades que se proponían.

Otra clasificación del IPA es la de dos grandes grupos: El inglés para fines académicos (IFA) y el inglés para fines ocupacionales (IFO) (Dudley-Evans & St. John, 1998: 6), teniendo ésta en cuenta la especialización de la lengua, como se puede apreciar en la Figura 6. Se continúa con la división tradicional del IPA, separándolo en dos partes distintas que sirven para especializaciones que no tienen nada en común. El inglés para la Ciencia y la Tecnología (ICT) se establece como parte del inglés académico, no infiriéndole una categoría profesional, aspecto que es relevante destacar, ya que, en muchos contextos, es bastante difícil separar el inglés académico del inglés profesional, esto es debido a que cada vez aparecen como más entrelazados y con más características comunes (Carrió, 2002: 88).

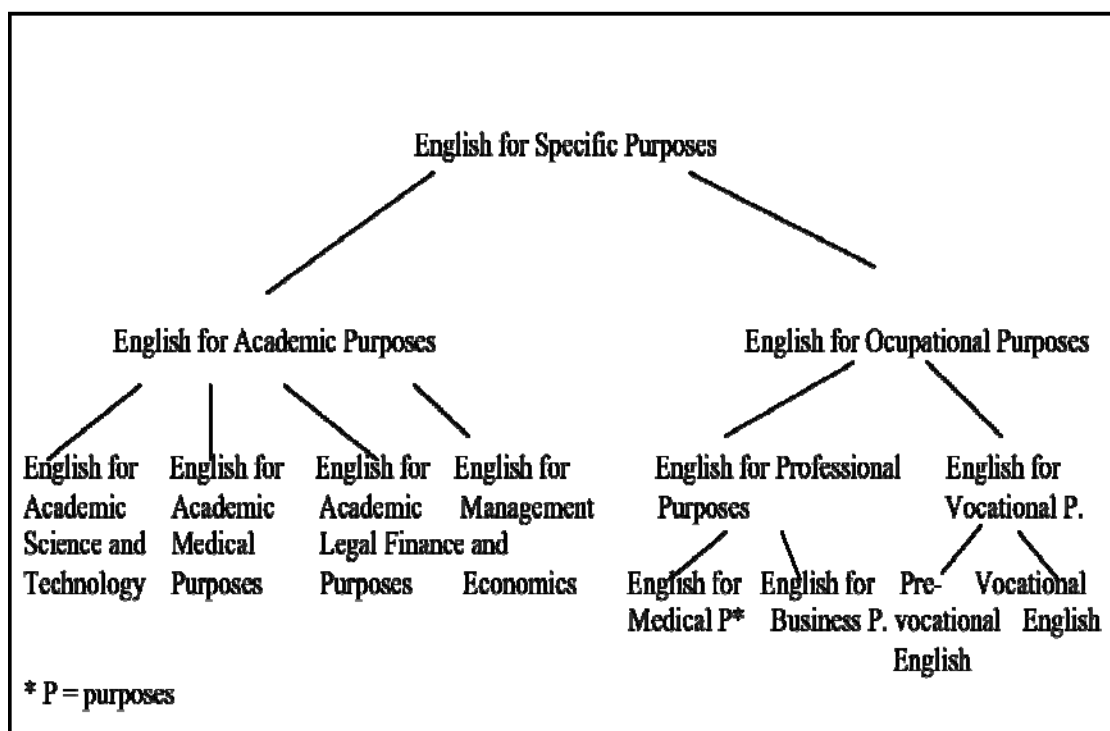


Figura 6. Clasificación del IFE según el área profesional (Dudley-Evans & St. John, 1998: 6).

Dentro del inglés para fines ocupacionales (IFO) ha habido un desarrollo vertiginoso, en los últimos años, del inglés para fines comerciales (IFC), debido, precisamente, a la expansión de las relaciones comerciales y de los negocios internacionales, llegando a considerarse como el área más grande e importante dentro del IFE (Dudley-Evans & St. John, 1998: 2). Ahondaremos en este tipo de inglés específico más adelante en esta tesis doctoral.

La investigación académica en las lenguas de especialidad ha sido muy prolífica y muy variada, intentando analizar y estudiar las diferentes producciones textuales y orales dentro de cada área específica. Alcaraz Varó (2007: 7-8) ofrece seis características que sirven de guías orientadoras para la investigación de las lenguas profesionales y académicas:

1. El léxico
2. La morfosintaxis
3. El discurso
4. La comunicación
5. Los textos profesionales
6. El marco cultural diferenciado

En primer lugar nos referiremos al léxico que, como el autor explica, es el componente que mejor cumple la función simbólica del lenguaje. Cada lengua de especialidad posee un vocabulario singular y específico que forma el núcleo de de este lenguaje especializado. En segundo lugar tenemos que considerar la morfosintaxis, las estructuras sintácticas y estilísticas de algunas lenguas de especialidad están muy marcadas y, por lo tanto, son fácilmente atribuibles a un área específica de la lengua. En tercer lugar se encuentra el discurso, entendiendo el discurso en este caso como tipo de texto, ya sea expositivo, argumentativo, descriptivo, etc. La comunicación, ocupa el cuarto lugar, el autor se refiere con ella a las diferentes estrategias y técnicas comunicativas implícitas en las llamadas destrezas comunicativas.

Los textos profesionales, explica Alcaraz, son géneros propios e inconfundibles de ámbitos profesionales específicos como el legal (la sentencia, la ley, el recurso, etc.). Finalmente, el autor se refiere al marco cultural diferenciado, es decir, unos rasgos muy particulares, determinados por la comunidad epistemológica a la que se pertenece y el fondo cultural de donde se procede. Cada lengua de especialidad se encuentra inmersa en un contexto socio-cultural que inevitablemente le afecta.

En la investigación del inglés profesional y académico se pueden distinguir dos líneas de investigación: una, dentro de la lingüística oracional y la otra, en el marco de la pragmática o lingüística supraoracional. Esta última ha aportado nuevos conceptos teóricos, tales como el de género, la macroestructura textual, cortesía comunicativa, etc. (Alcaraz Varó, 2000: 12). En el siguiente punto trataremos el concepto de género y el análisis de género, el cual está íntimamente relacionado con el estudio que nos ocupa.

### **4.3. El género y el análisis de género**

El concepto de género, ha sido fundamental tradicionalmente, en áreas como la literatura, la sociología y la retórica clásica pero es ahora también un concepto prevalente en la lingüística. Bhatia (1993: 11) describe el análisis de género de la siguiente manera considerándolo fundamental dentro de la lingüística:

Genre analysis as an insightful and thick description of academic and professional texts has become a powerful and useful tool to arrive at significant form-function correlations which can be utilized for a number of applied linguistic purposes, including the teaching of English for specific Purposes.

Bhatia no es el único, ya que otros autores también son de la misma opinión: El análisis de las lenguas de especialidad se fundamenta ahora en el concepto de género dentro del ámbito de la comunicación especializada (García Izquierdo, 2007: 119). Sin embargo, el análisis de género no es una teoría que sólo se circunscribe a la lingüística, sino que una gran variedad de disciplinas han contribuido a su desarrollo, como son: la sociología (Gertz, 1973; Miller, 1984; Kress, 1985), la etnografía, la psicología, los estudios de comunicación, etc.

Cuando nos referimos al análisis de género, en el anterior apartado, lo incluimos como un enfoque del IFE, ya que así es considerado por algunos autores. Sin embargo, Dudley-Evans (1998: 9) escribe esta reflexión acerca del tema:

I have sometimes been asked whether genre analysis is 'the new approach' to English for Specific Purposes. On the whole I do not think that it represents a new approach as such; it is in my view, entirely consistent with the established ESP procedure of finding out about what learners need to do with language, what texts they use and how these texts work.

Lo que sí está claro es que el análisis del género empezó como un nuevo enfoque y ha desembocado en un área autónoma de investigación en la que los lingüistas se especializan en el análisis de textos y proporcionan a los profesores materiales específicos para cada campo.

Swales (2004: 58), uno de los autores más destacados en el análisis de género, lo define de la siguiente manera:

A genre comprises a class of communicative events, the members of which share some set of communicative purposes. These purposes are recognized by the expert members of the parent discourse community and thereby constitute the rationale of the genre.

La base que se extrae de los estudios sobre el género da lugar a la creación de una estructura del discurso e influye en la elección de contenidos y estilo. Además del objetivo comunicativo, continúa el autor, el género exhibe patrones similares en cuanto a la estructura, el estilo, el contenido, y a qué audiencia va dirigido el texto. A su vez, Bhatia (1997: 181) define el análisis de género de la siguiente manera: “The study of situated linguistic behaviour in institutionalized academic or professional settings”.

Alcaraz (2000: 133-134) señala que para que un conjunto de textos o discursos se incluyan dentro de un determinado género se deben cumplir las condiciones siguientes:

- Una misma función comunicativa.
- Una organización o macroestructura similar.
- Una modalidad discursiva semejante (carta, informe, artículo de investigación, etc.).
- Un nivel léxico-semántico análogo.
- Unas convenciones sociopragmáticas comunes (cortesías, formalismos, valores, creencias, etc).

Podemos establecer relaciones entre el análisis de género y otras disciplinas de la lingüística aplicada, como son el análisis del discurso y la retórica contrastiva. A continuación explicaremos esas relaciones ya que lo consideramos importante para el estudio que nos ocupa.

En primer lugar, como anteriormente revisamos, el análisis del discurso estudia por un lado los textos de forma supraoracional, la estructura de los párrafos, los elementos cohesivos, la estructura del texto al completo y, por otro, estudia y analiza quien utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por



qué, cuando lo hace y, por supuesto, a quién va dirigido. Una vez más, enfatizamos la importancia del contexto en el que se produce el discurso y la influencia que éste tiene sobre el propio texto.

Ya que el análisis del discurso estudia las características de diferentes tipos de textos, podríamos decir que esto es también Análisis de Género, así lo consideran y explican Dudley-Evans y St. John (1998: 87):

We thus see genre analysis as part of discourse analysis. Discourse analysis is both the global (umbrella) term for text analysis and, at the applied level, an actual and specific method of analysis. The methods of applied discourse analysis are valuable in looking at spoken text, especially turn-taking and topic shift in spoken business discourse, and certain general patterns in written text. On the other hand, genre analysis with its particular focus on the distinguishing features of different texts is especially useful in looking at both written and spoken texts in all areas of ESP.

Cuando consideramos los géneros como tipos de discurso, lo más obvio es focalizar en las propiedades del habla o del texto *per se*: la gramática, el estilo, la retórica, el formato, etc. Sin embargo, gran parte de las definiciones de los géneros del discurso no se refieren únicamente a la estructura, sino que se refieren a aspectos del contexto (Van Dijk, 2008: 149).

El concepto de contexto aparece una y otra vez en los estudios de género y análisis del discurso. Van Dijk (2008: 7) explica la necesidad de considerar el contexto en cualquier análisis o estudio:

Contextualization is a fundamental part of our understanding of human conduct, in general, and in literature and other texts and talk, in particular. Indeed, *con-texts* are called that way, because etymologically they come *with* "texts".

El lenguaje y el uso del lenguaje, continúa el autor, son, por supuesto, fenómenos sociales y deben ser estudiados en su contexto social y cultural. Otros autores, como Dudley-Evans (1998: 10), añaden que la cultura nacional afecta también a la estructura de los géneros:

It is also apparent that national culture may have an effect on the structure of genres. Although it is often assumed that genres such as the academic article or the sales negotiation in business are international in nature, there is an increasing evidence that different national traditions have an effect on discipline style.

Consecuentemente, hablar de la cultura nacional es hablar del contexto socio-cultural, especialmente en la actualidad, teniendo en cuenta la situación de comunicación global entre los campos de estudio de la ciencia y la tecnología. De igual manera, existe una comunicación global en las relaciones comerciales entre naciones, cuya *lingua franca* es la lengua inglesa, utilizada por

millones de personas de diferentes culturas y procedencias. A diferencia de los enfoques de género tradicionales, que tendían a centrarse más en las características formales, los enfoques contemporáneos enfatizan la utilización de un enfoque contextual (Van Dijk, 2009: 20).

Alcaraz Varó (2000: 109) define contexto como la categoría que sirve para diferenciar el significado semántico, ofrecido por el diccionario, del pragmático o discursivo, surgido del lenguaje en uso. De forma que el autor agrupa el contexto en tres grandes bloques:

- a) Dimensión ‘espacio-situación’: Esta dimensión está formada por una serie de índices descriptivos como el lugar, el tiempo, la identidad de los interlocutores y los acompañantes, y todos los objetos relevantes que condicionan las primeras expectativas interpretativas.
- b) ‘Cotexto’: Es el marco textual en que está enclavada la oración u oraciones de un enunciado. Toda la unidad lingüística es entorno lingüístico o marco de referencia para otra de rango inferior, y está contenida, a su vez, en otra de rango superior.
- c) ‘Contexto extralingüístico’: Comprende las ideas, las creencias, las escalas de valores y los conocimientos culturales de todo tipo compartidos por los interlocutores.

Por todo lo que hemos expuesto, entendemos que la producción de un texto, ya sea en inglés general o en inglés específico, está siempre contextualizada. La contextualización condiciona la elección léxica y morfosintáctica, así como la de los elementos cohesivos. Además, debemos incluir toda una serie de elementos no lingüísticos que también intervienen y forman parte de este tipo de producción textual, como son la intencionalidad con la que se escribe o propósito comunicativo, el tema sobre el que se escribe, las personas a quienes va dirigido el texto, el lugar donde se produce, el tiempo en el que se produce, etc. El contexto extralingüístico es una parte fundamental en el presente análisis, ya que las diferencias textuales que pretendemos analizar vienen dadas por la influencia socio-cultural de sus autores y su contexto.

En cuanto a la relación entre los estudios de la retórica contrastiva y el género, destacamos que los estudios de la retórica contrastiva se basan en contrastar, precisamente, las diferentes formas que tienen las lenguas de estructurar y desarrollar los textos. Existen muchos estudios que lo avalan, como los de Connor (1988; 1996; 2002; 2004; 2008). La mayoría realizan su comparación a partir de dos textos que pertenecen a un mismo género, aunque escritos en diferentes lenguas, como

pueden ser textos en prosa, artículos de investigación de cualquier campo de la ciencia y la tecnología, textos para fines profesionales, el comercio y los negocios, etc.

Como anteriormente explicamos, las nuevas tendencias de la Retórica Intercultural (Connor, 2004), se basan en un enfoque muy dinámico e intercultural que se extiende a diferentes géneros textuales, estableciendo conexiones entre el IFE y la RC. Ambos tienen un rasgo en común fundamental, la importancia del contexto, una vez más, el contexto se posiciona en un lugar preeminente.

Finalmente, no debemos olvidar la gran cantidad de estudios publicados que esta área de investigación ha generado en los últimos años, no sólo internacionalmente sino también en España (Piqué, Andreu-Besó y Viera, 1996; Fortanet et al. 1998; Fernández y Gil Salom, 2000; Fernández y Soler Monreal, 2002; Carrió Pastor, 2002; Fortanet, Palmer y Posteguillo, 2004; Alcaraz, Mateo y Yus, 2007).

Durante largo tiempo se ha prestado especial atención al inglés científico-técnico, dentro del área de estudios del inglés para fines específicos o inglés profesional o académico, por ser un campo muy amplio que abarca un sinnúmero de especialidades profesionales y académicas. Sin embargo, a partir de finales de los años noventa, el inglés de los negocios o inglés para fines comerciales empezó a ser un foco de interés entre los analistas del discurso, por tratarse de un área en constante expansión, debido a la gran actividad comercial internacional y a la expansión económica de los países de habla inglesa. A continuación explicaremos en profundidad este campo de estudio debido a que es el género que se investiga en esta tesis doctoral.

#### **4.4. El inglés de los negocios**

Debemos resaltar el importante cambio que supuso la aparición del inglés de los negocios (IN) como una rama muy importante del IFE y, como bien señalan Dudley-Evans y St. John (1998) en los años 90, esta área era la de mayor crecimiento del IFE. Asimismo, Alcaraz (2000: 72) considera que es la variedad del IPA que cuenta con mayor tradición de estudio como lengua de especialidad, ya que, según el autor, esta variante del inglés profesional estuvo presente, desde principios del siglo pasado, en los planes de estudio de las Escuelas Profesionales de Comercio, debido a que, ya en aquella época, los empresarios de países con lenguas distintas se comunicaban casi siempre en inglés.

Aunque hay variedad de opiniones sobre cuáles son las diferentes ramas del inglés de los negocios, lo que sí está claro es que la idea de la necesidad de su aprendizaje es unánime y esto viene dado, por un lado, por el desarrollo tecnológico y científico y, por otro, por la internacionalización de las comunicaciones.

En los últimos años se ha producido un gran incremento de estudiantes internacionales que realizan estudios de administración, finanzas, economía, contabilidad y banca y, por consiguiente, el inglés de los negocios está adquiriendo una mayor importancia dentro del inglés para fines académicos y profesionales. Es importante añadir que, en la actualidad, cada vez más universidades incluyen en sus planes de estudio carreras con asignaturas impartidas en inglés, aunque en algunos casos no sea específico y se trate de un inglés de los negocios más general. De manera que podemos decir que el inglés de los negocios tiene una vertiente ocupacional, es decir, que lo aprenden personas con experiencia laboral en el ámbito de los negocios. Por esta razón, innumerables empresas organizan cursos especializados para sus empleados, con el fin de formarles en un área específica del inglés como, por ejemplo, la exportación e importación, el marketing, etc. Asimismo, tiene una vertiente académica y ésta es la de los estudiantes de carreras como ciencias empresariales, administración y dirección de empresas (ADE) y económicas. Es una tarea importante realizar un análisis de las necesidades de los estudiantes, ya que, en muchas ocasiones, los alumnos acaban sus estudios con una preparación escasa o poco específica para lo que ellos en realidad necesitan. No se trata únicamente de enseñar inglés como segunda lengua o de forma general, sino de enseñar el inglés específico y las destrezas comunicativas que en el futuro van a necesitar en el mundo laboral y de la empresa.

Otra cuestión que es de vital importancia es la de la diversidad cultural en el inglés de los negocios (IN). Según Dudley-Evans y St. John (1998) el IN ha tenido siempre más en cuenta la idea de la diversidad cultural que el inglés para fines académicos, ya que el inglés académico se ha basado más en las reglas y directrices establecidas por las autoridades académicas norteamericanas. El hablante no nativo necesita estar integrado en el contexto académico, pues la lengua es la base de la comunicación. En el contexto de los negocios, la lengua es un medio pero hay otras circunstancias que influyen en la comunicación, como es la cultura del hablante, no necesariamente para llevar a cabo transacciones comerciales se ha de tener en cuenta la cultura anglosajona ya que, en muchos casos, los interlocutores son de nacionalidades muy dispares (Dudley Evans & St. John, 1998: 72).

De manera que la diversidad cultural ha empezado a afectar más de lleno a la comunicación entre países, puesto que es relevante llevar a cabo una comunicación efectiva en el ámbito internacional de los negocios (reuniones, negociaciones, ferias, congresos, etc.). Para conseguir nuestros propósitos es necesario tener en cuenta las diferencias culturales y las normas de protocolo y de convivencia de los diferentes países ya que, como todos sabemos, una lengua es, no sólo un vehículo de comunicación, sino que es un reflejo inequívoco de la cultura del hablante. Hoy en día, el inglés no sólo transmite la cultura anglosajona sino que transmite la cultura del hablante que la utiliza, sea del país que sea, y no por ello deja de tener importancia. Todo esto es más visible si comparamos culturas tan diferentes como la occidental, la oriental, la árabe, etc. Incluso dentro de los países occidentales existe una rica diversidad de costumbres, estilos de vida y tradiciones que el inglés se encarga de propagar. Consecuentemente, toda esta situación determinará, en muchos casos, la influencia de la lengua materna en la producción del inglés para fines específicos y, en este caso, del inglés de los negocios. Las diferencias culturales repercuten en el aprendizaje de cualquier lengua, pero siendo el inglés y, más específicamente el IN, el que nos preocupa en esta tesis doctoral, debemos decir que la investigación en este sentido está cobrando cada vez más importancia (Rivers, 2008; Jensen, 2009; Flowerdew & Wan, 2010).

En el ámbito de los negocios, el inglés se está adaptando a los diferentes contextos donde se habla, Rivers (2008) lo explica de la siguiente manera:

The very communities where Business is conducted are not just adopting English, but they are actively shaping it for their own benefit to align more closely with their native language. So-called New Englishes are acting to reshape identities and the perceptions of what speaking English means to different people. Notable examples include Englog, the Tagalog-infused English spoken in the Philippines; Japlish or Engrish, the motion conveying cryptic English used in Japan; and Hinglish, the mix Hindi and English found throughout India.

Aunque estas nuevas formas del inglés suelen ser de tipo oral, también se encuentran en la redacción, como más adelante analizaremos en nuestro estudio. En esta área de la investigación, por un lado, se estudian las características del discurso oral y, por otro, el discurso escrito. Dentro de este último se analizan la gran variedad de textos específicos que se producen en el inglés específico de los negocios, como por ejemplo informes empresariales, cartas, noticias económicas, etc. Estos estudios están basados en diversos aspectos lingüísticos, como son el léxico, la cohesión, la coherencia, etc. (Jenkins y Hinds, 1987; Bhatia, 1993; Yli-Jokipii, 1994).

Es importante destacar que dentro del área específica del inglés de los negocios se debe realizar una subdivisión diferenciando tres ramas: el inglés de la economía, el inglés del comercio y el inglés de las finanzas (Alcaraz Varó, 2000: 73-74):

- El inglés de la economía es más académico, ya que, como Alcaraz (2000) explica, tiene un registro más formal y las personas que lo utilizan tienen una formación universitaria teórica. Se trata de un lenguaje mucho más técnico y teórico, propio, por ejemplo de un tratado sobre indicadores económicos o macroeconomía (Mateo, 2007: 193). Los términos que se utilizan son, en su mayoría, de raíz latina (*amortization, capital, absorption, etc*), aunque, según el autor, también tienen algunos vocablos de origen anglosajón (*take over, merger, etc.*). El inglés de la economía es usado en ámbitos universitarios y en círculos altos de la administración y de la política.
- El inglés de las finanzas, es, en opinión de Alcaraz (2000), el más vivo e interesante desde el punto de vista lingüístico debido a su registro coloquial e innovador, que cambia acorde a la realidad del entorno. Es el utilizado en los mercados financieros y en los mercados bursátiles. Fundamentalmente existe un predominio del léxico anglosajón y, además, utiliza expresiones de tipo familiar o coloquial que metafóricamente sirven para denominar términos financieros, por ejemplo, refiriéndose al tipo de carga de las lavadoras usa la imagen de *front-loading loans* y *back-loading loans*, aludiendo a los tipos de préstamos, esto es, ‘préstamo con carga delantera’ y ‘préstamo con carga trasera’ indicando si el préstamo es con términos amortizativos decrecientes o crecientes respectivamente. El lenguaje de las finanzas y del comercio posee un carácter semitécnico y, en ocasiones, con determinadas propiedades del lenguaje divulgativo (Mateo, 2007: 193).
- La predominancia del léxico de origen anglosajón en el inglés de las finanzas tiene su raíz en que el ciudadano medio se siente más cómodo con términos de uso coloquial que con los términos de un registro más formal, procedentes del inglés económico (*cashflow, dealer, broker, etc.*). El inglés de las finanzas tiene un cierto componente coloquial, es decir, trata de hacer más transparentes los complejos conceptos y procedimientos que subyacen en las finanzas (Mateo, 2007: 194). Alcaraz, añade que estos términos también se están asimilando en la jerga de los

financieros españoles y europeos debido a su brevedad, originalidad y a que aportan gran expresividad y precisión del concepto que se quiere comunicar, por ejemplo, *swaps* para expresar permutas financieras, *forwards* por contratos a plazo, etc. El autor también se refiere al uso de metáforas, como la metáfora del curso del río (*mainsteam, upstream, downstream*) para hablar del sentido de las relaciones empresariales entre empresa, matriz y sus filiales. Los juegos de palabras también son un recurso muy utilizado en el inglés financiero, así como las siglas, los acrónimos, las expresiones referidas a animales, el uso de nombres de colores, etc.

- El inglés del comercio es muy amplio. Engloba varios campos de uso como pueden ser: el transporte, los seguros, la exportación e importación, la compraventa de productos, el marketing, la correspondencia comercial, etc. Según Alcaraz (2000) consta de una combinación de léxico de origen latino (*market price, negotiable*) y de origen anglosajón (*outsourcing, taylor made*) y, además, de las palabras de origen normando o del francés antiguo (*average, derrumage, etc.*). Según Mateo (2007: 194) el lenguaje de los negocios es más tradicional, ya que implica el intercambio de bienes, actividad que se viene realizando a lo largo de la historia del ser humano. Al tratarse de una actividad cotidiana, que como hemos dicho, tiene una larga tradición, se manifiesta en un lenguaje muy enraizado. De esta forma, el inglés es la lengua impulsora y dominante del comercio mundial y además es la mayor proveedora de neologismos comerciales a las restantes lenguas del mundo, incluido el español.

Como hemos mencionado anteriormente, en la actualidad, el inglés de los negocios está siendo objeto de estudio por ser un área muy dinámica y cambiante y por tratarse de la lengua franca de comunicación empresarial internacional. El lenguaje de los negocios se apoya en cinco pilares según Bargiela-Chappini y Nickerson (2002: 277): la cultura nacional, la cultural empresarial, la interacción comunicativa, los tipos de discurso o géneros y las lenguas de los interlocutores. Según las autoras, un examen en profundidad de esta modalidad discursiva debe componerse de tres niveles: ‘Macro’, que analizaría los aspectos lingüísticos y culturales de carácter nacional y regional; ‘meso’, que incluiría aspectos de cultura empresarial y modalidades de relación comercial; y ‘micro’, es decir, los perfiles psico-sociológicos e interactivos de los participantes (Mateo, 2007: 200). Los tres niveles están siendo estudiados ampliamente en la actualidad por

diversos autores (Hofstede, 2001; Jenkins y Hinds, 1987; Thomas, 1998; Voros y Schermerhorn, 1993). Algunos de ellos se centran en la cultura nacional, como por ejemplo, Nickerson (2005); Niemaier (1998); Charles y Marschan-Piekkari (2002) y Bilbow (2002); otros en la cultura empresarial y géneros, por ejemplo, Akar (2002); o en interacción comunicativa entre interlocutores de nacionalidades y culturas diferentes (Hagge y Kostelnick, 1989). Como indica Mateo (2007), a pesar de haber proliferado estos estudios, es todavía difícil su realización debido al carácter confidencial de gran parte de los actos comunicativos que se llevan a cabo en las empresas y las relaciones comerciales.

En resumen, el inglés de los negocios es una de las lenguas de especialidad más dinámica y creativa en el presente siglo. El mundo actual ha roto las barreras tradicionales y los avances tecnológicos han hecho posible establecer relaciones de negocios sin necesidad ir a otros países. Consecuentemente es una de las modalidades del lenguaje especializado más demandada, después de la estándar, por los estudiantes y profesionales. Desde un plano más académico es objeto de estudio no sólo de la lingüística, sino también de la sociología, la informática y hasta la propia economía (Mateo, 2007: 195).

A continuación, y para finalizar este capítulo, nos centraremos en el género escrito del inglés de los negocios y los estudios que de él se han llevado a cabo. Como se ha comentado en diversas ocasiones a lo largo de la revisión bibliográfica de la presente tesis doctoral, los avances de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han rediseñado los medios y la naturaleza de la comunicación empresarial. Consecuentemente, el desarrollo de las tecnologías de la comunicación permite realizar el intercambio de información escrita de forma mucho más rápida que con el correo tradicional.

La aparición de Internet ha traído consigo y ha provocado numerosos cambios en la comunicación empresarial y de los negocios en las últimas dos décadas. Mateo (2007: 196) lo explica de la siguiente manera:

La revolución de Internet ha creado una metodología y manera novedosas de entender el comercio. La venta directa y las nuevas modalidades de facturación y pago han agilizado tanto los procedimientos comerciales como ha endurecido la competencia. Internet ha modificado las normas del comercio tradicional y ha incorporado toda una serie de términos con unas reglas nuevas de formación de neologismos.



Si el medio de comunicación escrita ha cambiado, también han cambiado el lenguaje y la forma de expresar la información. Rivers (2008: 7) explica que una serie de factores han revolucionado y la forma de comunicarse en el ámbito empresarial debido a la tecnología, a la desaparición de la distancia física y a la comunicación global entre millones de personas. Según el autor, todos estos cambios, tanto tecnológicos como geográficos, han tenido un impacto significativo en las economías nacionales e internacionales, así como en las tendencias del empleo y en las conductas de negocios empresariales. La negociación empresarial es posible, en la actualidad, vía e-mail, (Sillince, McDonald, Lefang & Frost, 1998; Sintupong, 1997; Case, 1996; Jensen, 2009), con la inclusión de documentos adjuntos, imágenes, enlaces de web, etc., como también lo es a través de video conferencias por medio del ordenador o teleconferencias (Dodd, 2000; Sullivan, 1998; Munter, 1998). Por último, debemos mencionar el llamado comercio electrónico, a través del cual se llevan a cabo transacciones comerciales alrededor del mundo todos los días (Harkins, 2000; Markarian, 2000; Subramian, 1999). Convendría destacar que estos negocios o relaciones comerciales no se circunscriben solamente al ámbito nacional sino que, de manera remarcable, está sucediendo en el comercio internacional y de ahí la importancia del inglés como lengua franca y del inglés de los negocios como lengua específica. En la sociedad de la información y el conocimiento, en el siglo XXI, las empresas se encuentran inmersas en un proceso de expansión que favorece los contactos internacionales con otras organizaciones extranjeras y, como consecuencia de lo anterior, la comunicación intercultural (Guillén Nieto, 2007: 101).

Los profesionales del comercio exterior e internacional llevan a cabo transacciones comerciales y negociaciones a través del e-mail, con el envío de todo tipo de documentos, como por ejemplo, perfiles de la empresa, fotos de los productos o instalaciones de las fábricas, listas de precios, informes financieros, contratos y acuerdos comerciales, páginas web de las propias empresas, etc. Todo ello ha contribuido a minimizar el coste y el tiempo invertido en este tipo de actividades. Por lo tanto, desde una perspectiva práctica la disminución de barreras de tiempo y espacio ha provocado cambios muy profundos en el ámbito de los negocios.

Desde una perspectiva lingüística se podría decir que las nuevas formas de comunicación están provocando nuevas prácticas discursivas emergentes. Según Gibbs (2000), el contexto virtual ofrece a los interlocutores la oportunidad de experimentar en su uso del lenguaje, variando las convenciones lingüísticas tradicionales. De esta manera se favorece la rapidez y la conveniencia de la comunicación por encima de la corrección del lenguaje, y es evidente, por lo tanto, una

tolerancia y flexibilidad en la ortografía, el uso de acrónimos y abreviaciones, etc., como hemos comentado anteriormente en el apartado de los textos electrónicos.

Por supuesto, la comunicación internacional ha existido siempre, aunque de manera diferente. Las cartas comerciales datan de finales del siglo XIX con el inicio de las relaciones comerciales internacionales, especialmente desde la revolución industrial y la expansión colonial y comercial del imperio británico (Graddol, 2000: 7). Durante el siglo XX, con la supremacía económica y comercial del mundo anglosajón y especialmente de Estados Unidos, la comunicación a través de las cartas comerciales en inglés proliferó. También se utilizaron en gran medida otro tipo de documentos, como los memorandos, los informes, etc.

Según Yates y Orlikowski (1992), el correo electrónico tiene su origen formal en dichas cartas comerciales y en los memorandos. A partir de los años 90, como se ha explicado anteriormente, se inició la investigación de género y, dentro de esta área, a su vez la investigación de las cartas comerciales. Con la globalización de los negocios y otras formas de comunicación profesional, el interés por analizar y estudiar las diferentes formas de escribir y las influencias culturales, creció. De esta forma coincidimos con la idea propuesta por Connor (1996):

With the globalization of business and other professional communications, writing in such a metaprofessional genres as letters, résumés, and job applications for readers with a different language and cultural background than one's own is a reality for more and more people. It has been found that in these contexts, too, second language writers transfer patterns and styles from the first language to the second.

Debemos destacar los estudios realizados por Bhatia (1993) sobre las cartas de solicitud de empleo escritas por hombres de negocios en Singapur. Bhatia (1993: 38) estudia la redacción en contextos profesionales, pero es en el ámbito comercial que incide en la importancia de la influencia cultural del escritor, ya que es importante para el resultado de una transacción comercial o de una negociación, donde no haya dudas de comprensión. El autor nos proporciona ejemplos en los que menciona temas que deben ser evitados en algunas culturas, como el uso de determinados números, colores y formas; aquí cabría el ejemplo de evitar el uso del número cero o cualquier número terminado en cero en India. Más recientemente Bhatia (2008) ha realizado un estudio sobre documentos como, por ejemplo, el informe financiero anual de quince empresas adscritas al mercado bursátil de Hong Kong. En dicho análisis, Bhatia (2008: 320) desvela que la redacción de

dichos documentos es una combinación de diferentes tipos de discurso que ofrecen la oportunidad única de estudiar la creatividad y la accesibilidad, dos conceptos muy relacionados en este género:

The study showed that one of the legally required modes of disclosure- the annual report- is a typical combination of several interesting kinds of discourse included in the same document, all of which (partly because of the interdiscursive relations amongst them and partly through the expert use of lexico-syntactic as well as socio-pragmatic resources) are cleverly exploited to “bend” the norms and conventions of “reporting” to suggest a positive spin on the annual results, even in adverse and challenging economic circumstances

Hiranburana (1996) también realizó un estudio de varias formas de comunicación escrita en comercio internacional, cartas, faxes y telex, escritas en inglés por personas con diferente bagaje sociolingüístico y cultural como hablantes nativos de inglés, hablantes nativos de tailandés, así como por hablantes no nativos de ambas lenguas. Chakorn (2002), más recientemente, ha llevado a cabo una investigación de cartas de promoción de productos y cartas de invitación escritas en inglés por hablantes nativos de inglés y tailandés y hablantes no nativos de tailandés.

Dentro de los estudios sobre cartas comerciales en Asia, destacamos los realizados por Zhu (2000), durante el periodo de la China comunista de 1949 hasta 1978 y el periodo de la reforma económica desde 1978 hasta 2000. El autor destacó que las cartas de invitación a ferias escritas en inglés, a lo largo del segundo periodo arriba mencionado, mostraban un patrón muy similar en los movimientos al de las escritas en chino, excepto que éstas últimas repiten los movimientos de invitación, atribuyendo esta particularidad al valor cultural chino de mostrar respeto y sinceridad hacia el lector. Zhu también llegó a la conclusión de que, debido a los cambios socio-económicos que estaba sufriendo la sociedad china, se podía detectar una clara influencia del inglés en la redacción en chino, debido al constante contacto entre China y los países occidentales.

Igualmente, Hawkins (1983) nos ilustra con otro ejemplo real en el que un fabricante norteamericano de equipos de alta tecnología fue expulsado del mercado de Oriente Medio, debido a su falta de comprensión del bagaje cultural de su socio en la zona y no a la calidad del producto, ni al precio, ni a su falta de experiencia comercial.

De ahí que los análisis llevados a cabo por Bhatia (1993) no solamente se basen en un análisis estructural de las cartas, sino también en los propósitos comunicativos de sus autores. Su estudio incluye cartas para solicitar empleo de hablantes de países del sur de Asia (India, Pakistán, Sri Lanka y Bangladesh). Se trata de un estudio en el que señala las diferentes intenciones de estas cartas entre los países mencionados y los países occidentales. Van Nus (1999) realiza un estudio

similar al que hemos descrito de Bhatia (1993) sobre cartas de promoción de ventas en una empresa naviera holandesa.

Anteriormente, Jenkins y Hinds (1987) publicaron un estudio contrastivo de las estructuras retóricas utilizadas en cartas comerciales escritas en inglés, francés y japonés, llegando a la conclusión de que el escritor norteamericano se dirige al lector, el francés al escritor y el japonés a ninguno en concreto. Por la misma época, Connor (1988) realiza un estudio contrastivo entre la correspondencia establecida entre dos gerentes, un americano y un japonés. El estudio incluye diferentes tipos de documentos, cartas, faxes y correos electrónicos, en el que halló que la forma de sugerir cambios y mejoras era muy directa en el caso del norteamericano y muy sutil en el caso del japonés.

Posteriormente existen estudios que se centran en la cortesía dentro de la comunicación. Por una parte, Maier (1992) llevó a cabo un estudio sobre las estrategias de cortesía en las cartas escritas por nativos y por no nativos. Por otra parte, Yli-Jokipii (1994) estudió cartas escritas por empresas norteamericanas, finlandesas e inglesas a lo largo de varios años, analizando la cortesía de las peticiones desde un punto de vista sintáctico, semántico y pragmático. En este estudio, también incluyó un estudio sobre las relaciones de poder entre jefe y empleado, oficinas centrales y subsidiarias y las relaciones interpersonales de los implicados.

Más recientemente, Loukianenko (2008) llevó a cabo un análisis contrastivo de cartas comerciales de promoción de producto entre americanos y rusos, la investigadora analizó cartas en inglés escritas por nativos y dirigidas a nativos y, por otro lado, cartas escritas en ruso por nativos y dirigidas también a nativos; dicho estudio se hizo desde un enfoque socio-lingüístico.

Otra línea de investigación sobre la redacción en los negocios es la que se centra en el punto de vista de la influencia de la cultura corporativa, es decir, de cómo el contexto de la empresa influye en la redacción, como el llevado a cabo por Swales y Rogers (1995). Yates y Orlikowski (1992) realizaron un estudio diacrónico del género del memorandum y como éste se ha visto influido por los avances tecnológicos. Louhiala-Salminen (1997) analizó las características de los faxes en el contexto empresarial, y demuestra cómo la relación entre el emisor y el receptor afecta su escritura. De la misma manera, otros investigadores como Connor (1996), Hedderich (1997) y Warwick (1992) han analizado el fax como forma de comunicación en el ámbito empresarial.

La investigación sobre la redacción del inglés de los negocios incluye nuevas perspectivas con los tiempos. A medida que las formas de comunicación van variando, igualmente, varían los tipos de investigación, adaptándose a las novedades. Las cartas y los faxes parecen ya una forma obsoleta de comunicación empresarial, aunque todavía se utilizan. Sin embargo, es el e-mail la forma de comunicación escrita más usada en la actualidad para las relaciones empresariales. Dicha forma de comunicación escrita ha reemplazado ampliamente a los antiguos memos (memorandi) y a las conversaciones telefónicas en muchos contextos. Debemos tener en cuenta que, en muchas empresas el e-mail es una forma de comunicación escrita indispensable, tanto interna como externa, que juega un papel primordial en las relaciones comerciales nacionales e internacionales. Las ventajas que ofrece el e-mail frente a otras formas escritas de comunicación, como hemos revisado en diferentes apartados de la presente tesis doctoral, son que, por un lado, permite la rápida e inmediata comunicación y transmisión de información entre personas físicamente lejanas, que se encuentran en diferentes zonas horarias y, por otro, permite la posibilidad de hacer un seguimiento de la comunicación mantenida, ya que ésta queda guardada o archivada en nuestro sistema informático. Este uso masivo del e-mail como forma de comunicación en los negocios consecuentemente ha despertado el interés de los lingüistas, realizándose varios estudios que a continuación exponemos.

Nickerson (1999) expone un estudio sobre correos electrónicos en una empresa multinacional. El estudio analiza la preferencia del uso del inglés frente al del holandés, lengua materna de los directores. Se estudian los e-mails recibidos y enviados por el equipo de directores del departamento tecnológico en una de las divisiones holandesas de una gran multinacional. Otros estudios que se han llevado a cabo sobre la comunicación entre empresas a través del e-mail como género de comunicación organizativa son los de Sproull & Kiesler (1986), Sherblom (1988), Markus (1994), Koeleman (1995), Ku (1996) y Volkema y Niederman (1996).

El e-mail ha sido investigado como parte del trabajo en conjunto de una organización, por ejemplo, Ku (1996) estudia el impacto de las características de algunas funciones y los roles organizativos en el uso del e-mail. Sproull y Kiesler (1991) estudian las tareas para las que el e-mail es utilizado, como por ejemplo, la organización de horarios, la asignación de funciones, etc. Volkema y Niederman (1996), por su lado, se centran en el uso del e-mail como herramienta previa a una reunión. En todos estos casos, el e-mail se considera como una herramienta indispensable en el trabajo más que una mera forma de comunicación (Mulholland, 1999).

Otros estudios se han focalizado más en el uso del lenguaje y las características formales de los e-mails (Korenman y Wyatt, 1996; Rice y Shook, 1990; Sproull y Kiesler, 1986; Walther et al. 1994 y Yates y Orlikowski, 1992). Si bien todos los estudios mencionados datan de entre los años 80 y 90, hemos de añadir que también existen estudios más recientes y que a continuación mencionaremos. Waldvogel (2007) realiza un estudio sobre los usos y las formas de los saludos y despedidas sobre e-mails enviados entre dos ámbitos laborales en Nueva Zelanda, por un lado, desde una planta manufacturadora y, por otro, desde una organización educativa. Waldvogel (2007: 1) llega a las siguientes conclusiones:

In the educational organization, where restructuring has resulted in low staff morale and a mistrust of management, indirect and socially distant styles of communication prevailed and greetings and closings were not widely used. In the manufacturing plant, the more extensive use of greetings and closings reflected and constructed the open and positive relationships between staff and management and the direct, friendly, and familial workplace culture. The findings suggest that workplace culture is a more important factor accounting for the frequency and form of greetings and closings than are relative status, social, distance, and gender.

De lo anteriormente citado se deduce que, según dicha autora, los factores socio-culturales deben de ser tenidos en cuenta a la hora de realizar un análisis del uso de la lengua en la redacción de e-mails, ya que estos influyen en gran manera en el lenguaje utilizado y en la forma de estructurar y redactar un e-mail. También existen otros estudios realizados sobre cómo el e-mail se ve influido por las relaciones positivas o negativas entre sus participantes en el contexto laboral, como el que Abdullah (2003) realiza sobre las relaciones organizativas entre empresas en Malasia. Waldvogel (2005), por su parte, llevó a cabo un amplio estudio explorando las relaciones de la cultura empresarial y organizativa así como la función, el estatus y el estilo de los e-mails.

Más recientemente, Kankaanranta (2006) presenta un análisis de las comunicaciones vía e-mail entre dos empresas, una finlandesa y otra sueca, que se fusionaron, creando una empresa multinacional y cuya lengua materna no es el inglés;. El estudio analiza los e-mails escritos por los empleados tanto finlandeses como suecos de todos los niveles del organigrama empresarial, desde el vicepresidente hasta la secretaria, que utilizan el inglés como lengua franca para la comunicación interna. Jensen (2009) también realiza un estudio sobre las estrategias discursivas empleadas en las negociaciones por e-mail entre una empresa taiwanesa y una danesa utilizando el inglés como lengua franca de comunicación.

Otros estudios sobre e-mails en el contexto empresarial buscan establecer unas pautas en la escritura de los e-mails. Un ejemplo es la investigación llevada a cabo por Giménez (2000), en la que se analiza los e-mails enviados entre un director de exportación de una empresa británica y sus clientes. Tras dicho estudio, el autor llega a la conclusión de que se utiliza un estilo informal, quizá por su larga y antigua relación, y ello implica el uso de una sintaxis simple, oraciones coordinadas, abreviaciones y faltas ortográficas. Posteriormente, Giménez (2005) establece una comparación entre su estudio y el llevado a cabo por Gains (1999) sobre la comunicación empresarial interna a través de correos electrónicos.

Mallon y Oppenheim (2002) también analizaron las características textuales de correos electrónicos, llegando a la conclusión de que existen unas características propias sólo de los e-mails, que ellos denominan *e-mailisms* y que según ellos no aparecen en otro tipo de redacción, por ejemplo: formas contractas, faltas ortográficas, etc. A pesar de la existencia de estos estudios, sigue siendo un área en la que la investigación no es muy abundante. La razón principal es que es difícil conseguir un corpus, ya que muchas empresas no están dispuestas a ceder sus documentos escritos por motivos de confidencialidad como coinciden en destacar muchos autores (Seidlhofer, 2003; Giménez, 2006; Kankaanranta, 2006 y Louhiala-Salminen y Mirjaliisa, 2008).

En la zona del sureste asiático existe una gran variedad de profesionales del comercio internacional con muy diferentes bagajes socio-lingüísticos que utilizan el inglés como lengua materna, como segunda lengua y como lengua extranjera. Es importante añadir que cada vez más empresas españolas establecen relaciones comerciales con estos países del sureste asiático, utilizando el inglés como vehículo de comunicación a través del e-mail. Analizar estas comunicaciones vía e-mail, teniendo en cuenta las diferentes procedencias y las diferentes lenguas maternas nos debe llevar a un mayor entendimiento de esta reciente forma de comunicación empresarial internacional y las implicaciones en la comunicación internacional mediante el uso de una lengua franca.

Nos parece primordial realizar un análisis de este discurso en su contexto, no solamente teniendo en cuenta las formas lingüísticas. Consecuentemente, nuestro estudio se debe plantear desde un punto de vista interdisciplinario, combinando enfoques y conceptos de diferentes disciplinas como son el análisis del discurso, la retórica contrastiva, el género, la comunicación por ordenador, el inglés como lengua internacional y el inglés de los negocios.





## **5. LAS VARIEDADES DEL INGLÉS EN LA ACTUALIDAD**



All over the World people in ever-increasing numbers are using more and more varieties of English. English has become the language of international communication. Perhaps the most remarkable fact behind this increasing use of English is that the majority of English speakers are now multilingual people who have learnt English to communicate with fellow multilinguals. There are many more speakers of World Englishes and people who use English for international communication than there are native speakers of it. (Kirkpatrick, 2007: 1)

Las palabras de Kirkpatrick nos hacen reflexionar sobre dos hechos de máxima importancia en el mundo actual. Por un lado, como ya hemos destacado en capítulos anteriores, la importancia de la lengua inglesa en la comunicación del mundo global. Y por otro lado, la importancia del inglés en su evolución hacia diferentes variedades que difieren entre sí lingüísticamente así como socio-culturalmente, reflejando la cultura de sus hablantes.

En el primer capítulo de esta tesis doctoral se presentó de forma sintética la evolución de la lengua inglesa a lo largo de la historia, incluyendo en dicho apartado la expansión del inglés, especialmente a partir de la expansión colonial británica. Es, en este punto donde nos gustaría ahondar, ya que debido principalmente a dicha expansión de la lengua inglesa, se han ido forjando las diferentes variedades del inglés que conviven actualmente.

Como Jenkins (2003: 5) señala, ha habido dos grandes diásporas que han afectado a la lengua inglesa:

The **first diaspora**, initially involving the migration of around 25,000 people from the south and east of England primarily to America and Australia resulted in new mother-tongue varieties of English. The **second diaspora**, involving colonization of Asia and Africa led, on the other hand, to the development of a number of second-languages varieties, often referred as 'New Englishes'.

Aunque las variedades del inglés hoy en día son numerosas, nos centraremos en las del sudeste asiático, ya que en esta parte se combinan los hablantes que utilizan la lengua inglesa como lengua aprendida y como segunda lengua. Con el objeto de poder explicar la evolución de las variedades que nos ocupan y detallar sus características, debemos antes definir algunos términos relacionados con el estudio de las variedades lingüísticas.

En primer lugar nos ocuparemos de definir de los términos *pidgin* y *creole* que son relevantes para comprender las variedades de la lengua inglesa. La palabra *pidgin* se refiere a una lengua que ha estado en contacto, por lo menos, con otras dos lenguas y que ha sido el resultado de una forma

simplificada de hablar, desarrollada como medio de comunicación para el comercio. Este fue el caso de las formas simplificadas del inglés, francés y holandés en las Indias. La palabra *creole* se refiere a la lengua que se ha desarrollado a partir de un *pidgin*. Es decir, al principio surge el *pidgin* del comercio u otros contactos, con un uso limitado a un contexto muy concreto y con una estructura muy simplificada. Más tarde, esta forma de hablar, el *pidgin*, se convierte en la única forma de comunicación de una comunidad de hablantes y pasa a ser aprendida como lengua nativa y a utilizarse en otros ámbitos, de esta manera, su vocabulario y estructura se amplían, denominándose *creole*.

Según nos indica Kirkpatrick (2007: 14), en realidad no hay tanta diferencia entre el origen de los *pidgin* y los *creole* y el de las llamadas variedades del inglés. Sin embargo, debido a los prejuicios por su origen de la mezcla de lenguas, tradicionalmente se han considerado como lenguas inferiores, de segunda categoría. Todas ellas han surgido del contacto entre lenguas siendo la única diferencia el mayor o menor grado de contacto o de influencia. En este sentido, remarcaremos que nuestro estudio se fundamenta en algunas variedades del inglés, que han adquirido identidad propia o están en el proceso de adquirirla y por lo tanto no se trata de lenguas *creole*, sino que se trata de un estudio sobre las variaciones que el inglés está presentando en función del origen de sus hablantes.

Otros términos muy manejados en el contexto del estudio de las variedades de la lengua inglesa son: *hybridization*, *nativization*, *indigenisation* y *acculturation*. Todos ellos se refieren al fenómeno por el cual la lengua inglesa adquiere las características locales de una comunidad de hablantes y se adapta al contexto donde se utiliza, mezclándose con las lenguas y la cultural local.

Según los estudios realizados por Kachru (1992: 56), las variedades no nativas del inglés pasan por tres fases. La primera fase se caracteriza por no reconocer la variedad local, ya que, se considera como una variedad no válida y la variedad nativa importada debe ser el modelo para enseñar en los colegios y escuelas. La segunda fase contempla la coexistencia de la variedad no nativa con la variedad nativa. En este punto, la variedad no nativa se utiliza en una amplia gama de contextos, pero todavía se considera una variedad inferior a la nativa.

Es en la tercera fase cuando la variedad local, se normaliza y es aceptada socialmente y pasa a ser el modelo para la enseñanza en los colegios. De esta forma, en los lugares donde se habla la variedad local, se considera como extranjeros, a la gente que todavía habla la variedad importada.

Existen estudios sobre el proceso de adaptación de la lengua nativa a la cultura y a la lengua local, además del arriba mencionado podemos destacar lo realizados por Moag (1992) y Schneider (2003), que describen las etapas de este proceso. Sin embargo, todos ellos coinciden en que el resultado es siempre el mismo. La lengua hablada por los colonizadores o colonos cambia a lo largo del tiempo a través del contacto con las lenguas y culturas locales. La nueva variedad indígena es considerada al principio como inferior a la importada, pero, con el tiempo paulatinamente es aceptada e institucionalizada. El término variedades se refiere al desarrollo de una lengua en las sociedades postcoloniales.

Una lengua adquiere el estatus de variedad cuando es aceptada oficialmente como tal y se convierte en dialecto. Sin embargo, en nuestro estudio nos centramos en las variaciones de la lengua, es decir, cuando una lengua cambia ciertos rasgos lingüísticos por su uso como lengua franca. Las variaciones son cambios que los hablantes de una lengua ejercen sobre ésta para adaptarla a su cultura y los convencionalismos de su lengua materna, lo que algunos autores llaman, aplicado al inglés, *Euro-English* (Jenkins, Modiano and Seidhofer, 2001: 13). Por lo tanto, la variación puede observarse tanto en una lengua o en la variedad de esa lengua, son los rasgos precisos que hace que cambie, que sea diferente según el hablante que la utilice.

Por otro lado, Kirkpatrick (2007: 33) nos habla de otro fenómeno de adaptación de la lengua. Dicho fenómeno nada tiene que ver con la colonización sino con la enseñanza de la lengua inglesa por profesores no nativos, cuya lengua materna es la lengua local o la variedad de inglés no nativa, con lo cual, en algunos casos, se transmite la lengua con ciertas variaciones.

A continuación vamos a describir los orígenes y evolución de la lengua inglesa en los distintos países que la han adoptado o bien como segunda lengua o bien como lengua extranjera. Aunque estos países han atravesado procesos de desarrollo lingüísticos similares, el estado actual de la lengua y sus funciones poseen diferencias muy marcadas. Por ello, queremos describir cada una de las variedades y variaciones que se van a estudiar en esta tesis doctoral por separado. En primer lugar, describiremos la época del primer contacto con la lengua inglesa y a continuación, el proceso de evolución hasta nuestra época actual. Y por último, describiremos brevemente las características de cada variedad para a partir de ellas, poder determinar las variaciones que hemos observado en este estudio.

## 5.1. El inglés de la India

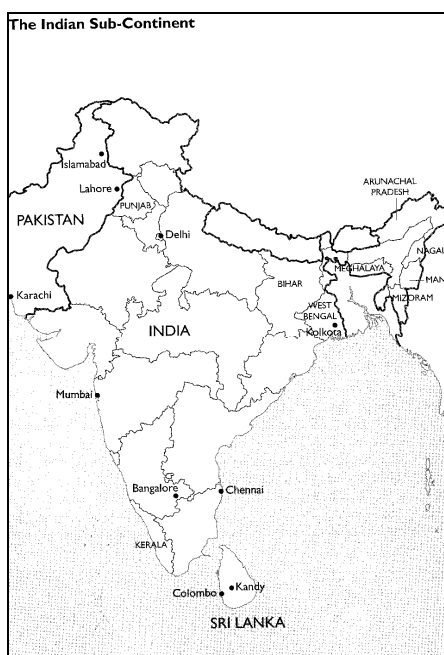


Fig. 7. Mapa del subcontinente indio en la actualidad (Kirkpatrick, 2007: 84).

El primer contacto de la lengua inglesa con lo que hoy es la India se remonta al año 882 D.C. (McArthur, 1992: 504), según lo relata el *Anglo-Saxon Chronicle*. Sin embargo, hasta el año 1600 no se vuelve a tener constancia de otro contacto, según lo indica Kachru (2006: 154), cuando un grupo de mercaderes londinenses en nombre de la reina Isabel I obtuvieron el monopolio del comercio en el este, principalmente con las Indias holandesas del este. *La East India Company*, era una compañía que había sido fundada en el año 1599 por comerciantes, emprendedores y aventureros británicos que se dedicaron a comerciar y ampliar relaciones comerciales en la zona, de tal manera que hacia finales del siglo XVII controlaban el comercio de todo el subcontinente indio. En 1689, con el establecimiento de los tres distritos administrativos Bengal, Bombay (actualmente Mumbai) y Madras (en la actualidad Chennai), se consolidó el control británico en la zona.

Debemos mencionar que, además de la expansión comercial, también se produjo una expansión misionera. El proselitismo protestante jugó un importante papel, estableciendo escuelas misioneras en Chennai hacia principios del año 1715, donde el medio de instrucción y educación era el inglés. Sin embargo, la cristianización se había iniciado ya en 1614, y hacia 1659 fue cobrando importancia, ya que a los misioneros se les permitió el uso de las embarcaciones de la Compañía Británica de las Indias. El interés por reconvertir al cristianismo a través del inglés se mantuvo a lo largo de toda la dominación británica. Muchas personas consideraban indispensable la evangelización de los indígenas, como ha sucedido en otras colonizaciones, ya que se tenía la idea de que vivían en la oscuridad y la ignorancia, como bien lo describen las palabras de Charles Grant (1831-2: 60-1) que pertenecía a la secta *Clapman*, era miembro del parlamento y fue un eminente director de La Compañía Británica de las Indias:

The curse of Darkness is the introduction of Light. The Hindoos err, because they are ignorant and their errors have never fairly been laid before them. The communication of our light and knowledge to them, would prove the best remedy for their disorders.

Este evangelizador consideraba que dicha evangelización debía ser llevada a cabo a través de la lengua del imperio, es decir, el inglés. En 1773, el gobierno británico instaura una dirección general y, a través del Decreto de 1784, un departamento de Asuntos Indios (*Indian Affairs*) es constituido. Una acción oficial, llevada a cabo por William Willbforce, en aquel momento Secretario de Asuntos Indios, impulsó la utilización de la lengua inglesa en las escuelas misioneras. Paralelamente se produjeron otros hechos importantes para la lengua inglesa como fueron el establecimiento de la primera imprenta inglesa, en 1778, en Hoogly, así como la creación de varios periódicos ingleses entre los años 1780-1795 en los tres distritos administrativos. El año 1794 es significativo por ser el año en que se escribió el primer libro en inglés por un indio, Dean Mahomet. Se trataba de una autobiografía donde relataba sus viajes a través de India y de Inglaterra (Sailaja, 2009: 100-1). Posteriormente, hacia 1858, con el Decreto *Better Government of India*, el gobierno británico asume la responsabilidad de gobernar India al completo.

A medida que los británicos iban ganando terreno y control, también lo iba haciendo la lengua. La lengua inglesa era percibida como superior, se consideraba como la lengua del avance científico y cultural. El primer intento formal de expandir la lengua fue el llevado a cabo por Lord Thomas

Babington Macaulay, se propuso educar en la lengua y costumbres británicas a algunos escogidos con su famosa acta: “[...] we must do our best to form a class who may be interpreters between us and the millions whom we govern; a class of persons; Indian in blood and colour, but English in taste, in opinions, in morals and in intellect”. Kachru (1983: 22)

Este acta de 1835 institucionalizó el inglés en India (Kachru, 1996). Así pues, la lengua inglesa pasó a ser la lengua como vehículo de instrucción en las universidades de Mumbai, Calcutta y Madras. Hacia finales del siglo XIX, tres universidades más enseñaban en inglés Lahore, Allahabad y al este de Punjab que actualmente se encuentran en territorio pakistaní (McArthur, 1992: 505). En aquel momento histórico, el territorio de India incluía lo que hoy son Pakistán y Bangladesh. Poco menos de cincuenta años después del acta de Macaulay, una gran mayoría de escuelas primarias impartían docencia en inglés (Kachru, 1994: 507). Este periodo no transcurrió sin desacuerdos en política lingüística, ya que, por un lado los orientalistas (entre los que se encontraban también algunos británicos) abogaban por la enseñanza y docencia en las lenguas orientales clásicas como: el sánscrito y el árabe y, por otro lado, los anglicistas (entre los que se encontraban algunos indios también) que defendían que la lengua vehicular debía ser el inglés.

Ahora bien, desde el punto de vista administrativo se animaba a los tres distritos administrativos a que fomentasen la educación en lengua inglesa. Así pues, en 1823 se constituyó *The General Committee of Public Instruction*, institución encargada de supervisar todos los asuntos concernientes a la educación. A partir de entonces se exigía a los tres distritos administrativos que los indios debían tener acceso a las ciencias y literaturas europeas o bien a través de la traducción o bien del inglés, por lo tanto, el dominio del inglés se convertía en indispensable.

Entre los años 1835 y 1947, denominado por Sailaja (2009) como el periodo de la pre-independencia de la metrópoli, se produjo la institucionalización de la lengua inglesa en la educación. Con la famosa acta de Macaulay, arriba mencionada, se promovía el uso de la lengua inglesa como medio de instrucción de las letras y las ciencias con ayuda del dinero público. Aunque no se abolían las instituciones de estudios indios, no eran financiados de la misma manera. El periodo que se extiende entre los años 1844 y 1905, hasta el inicio del nacionalismo, fue testigo de variadas decisiones en la política lingüística por parte de la administración británica con las que implementó la educación en inglés de maneras diferentes. Durante estos años, una casta de clase media fue instruida, personas que pudieran ser de utilidad a la administración británica. Paralelamente, los misioneros iban avanzando en la instrucción de la lengua inglesa,



aunque había muchos opositores a la interferencia de la religión en la educación, ya que se pensaba que los nativos veían la lengua con escepticismo ya que les separaba de sus arraigadas creencias religiosas.

Al mismo tiempo, los dominios británicos iban expandiéndose territorialmente, y el crecimiento económico e industrial iba en aumento, además de la construcción del ferrocarril y la introducción del servicio de correos y telégrafos. Los indios ya podían realizar los exámenes para el acceso a la administración pública, lo que desembocó en una necesidad de nativos que dominasen el inglés y, por lo tanto, la educación en inglés se catapultó. Hacia 1849 se fundó *The Bethune School*, específicamente para niñas, y éste sería el primero de otros muchos. Así como también se fundaron una serie de instituciones politécnicas y médicas. Para poder impartir clases en todas estas nuevas instituciones se requerían profesores cualificados para dicho cometido y, consecuentemente, se crearon escuelas de formación del profesorado, formando a profesores en lenguas vernáculas para los niveles primarios y en lengua inglesa a los de niveles superiores. La educación de las masas era un objetivo prioritario y la neutralidad religiosa una obligación, así como la instauración de la formación ocupacional. En este momento se crea un Departamento de Educación como una unidad administrativa independiente.

En el año 1885 se formó el Congreso Nacional Indio, hecho que supuso el inicio del camino hacia la independencia. Algunos historiadores son de la opinión que el inglés tenía al mismo tiempo un efecto unificador entre los indios, y un efecto catalizador del impulso nacionalista.

A principios del siglo XX se fundaron más universidades por todo el país y en 1905 se produjo la partición de Bengal, este acontecimiento animó el fervor nacionalista, aunque la lengua inglesa no era rechazada todavía. Paulatinamente, el control de la educación fue transferido a las provincias, para más tarde depositarlo en los propios indios, esto se produciría hacia el año 1921. En este contexto político-social se planteaba una cuestión de importancia transcendental, la de qué idioma iba a ser el nacional. En 1916 dirigentes nacionales indios se reunieron en Calcuta y acordaron que el hindustaní sería la lengua nacional de los indios. Sin embargo, esta decisión no fue definitiva y tres lenguas más pujaban por hacerse con la primera posición: el sánscrito, el hindi y el inglés. Por un lado, el sánscrito y el hindi eran defendidos por los más elitistas, ya que el sánscrito era la lengua ancestral del conocimiento hindú y era la lengua utilizada por las castas más altas. Sin embargo, el hindustaní era la lengua preferida por Gandhi por servir de nexo entre los musulmanes y los hindúes, además de ser considerada la lengua del pueblo llano. En aquel momento histórico

ni el hindi, ni el hindustaní, fueron elegidas lenguas nacionales por la oposición de las provincias del sur y Bengal.

Tras la independencia del imperio británico en 1947, India se convirtió en una república con una constitución propia. El país estaba regido por una Asamblea Legislativa Central y ésta también se planteó cual sería la lengua oficial, el inglés o el hindi. Finalmente fue el hindi el que se estableció como idioma oficial, aunque el inglés siguió manteniendo su oficialidad en todo aquello para lo que había servido hasta la independencia por un periodo de quince años desde la adopción de la Constitución hasta 1965.

Poco a poco, el hindi fue reemplazando al inglés en todos los contextos. En 1965 se revisó el estatus del inglés como lengua oficial asociada, hecho que tenía muchos detractores, especialmente en el sur de India, pero no sólo el inglés era el motivo, ya que el estado de Madras era muy amplio con gran variedad de grupos sociales con diferentes lenguas vernáculas. Finalmente, en respuesta a todas las protestas, se determinó a través del acta de lenguas oficiales de 1963 que el uso del inglés se mantendría indefinidamente, por lo tanto, tanto el hindi como el inglés eran lenguas oficiales. En los años posteriores se establecieron varias comisiones para la política educativa y lingüística y a pesar de que ideológicamente el inglés no estaba muy bien visto era considerado como necesario. Así pues, en 1968, la política nacional lingüística recomendaba la educación en los tres idiomas: la lengua materna local, el hindi y el inglés. Oficialmente todavía sigue en vigor dicha política a nivel nacional, aunque cada estado determina qué es lo más conveniente. Algunos estados, como el oeste de Bengal, en los años 80 y Karnataka en 2006 retrasaron o cancelaron la introducción de la lengua inglesa, y posteriormente tuvieron que incorporarla al constatar los inconvenientes que esa decisión acarrearía a los estudiantes no sólo a nivel nacional sino también internacional.

Por lo tanto, el inglés ha mantenido su estatus a pesar de haber tenido sus altibajos; ha conseguido mantener su puesto en el panorama lingüístico de la India. Se considera como lengua franca en ámbitos muy importantes de la sociedad como son: el gobierno, la educación, la literatura, las leyes, los medios de comunicación, la ciencia y la tecnología, sin olvidarnos de la innegable importancia del comercio y los negocios. La Constitución de la India refleja la importancia que el inglés posee en este país, como apunta Sailaja (2009): “Again in Part XVII of the Constitution which defines the roles of the different languages, it is stated that all orders, rules and regulations and bye-laws etc., shall be in English”.

Consecuentemente, el idioma de los Tribunales Superiores y de la Corte Suprema es el inglés. Los tribunales de justicia requieren cierto tipo de conocimiento que sólo es accesible en lengua inglesa. Lo mismo sucede con otras ramas del conocimiento importadas de Occidente como la medicina, la ingeniería, las ciencias y la tecnología. Sin embargo, es en la religión donde no tiene ninguna relevancia ya que es el sánscrito el idioma por excelencia del Hinduismo y el árabe el del Islam, aunque existen otras lenguas locales que también juegan su papel en este contexto.

Es digno de mención el papel que el inglés juega en la publicación de libros en India. Según indica Kachru (2005: 56-57), es la tercera potencia editorial del mundo después de Estados Unidos y del Reino Unido. La literatura creativa en inglés es considerada como una parte integral de la tradición literaria plural india. El inglés sirve de nexo en la literatura publicada en todo el sur de Asia, siendo la lengua franca, esto es debido al contexto multicultural y multilingüe de esta área del planeta. Ahora bien, todas estas expresiones literarias poseen una definida identidad nacional, como de la que goza cualquier otra literatura de las otras variedades del inglés; el americano, el australiano, el británico, etc. La literatura es la rama de las bellas artes en la India en que más ha florecido la lengua inglesa, especialmente en el siglo XX. Los novelistas de principios y mediados del siglo XX eran conscientes de estar escribiendo en una lengua que no era materna como lo expresa el siguiente párrafo escrito por el novelista indio Rao:

One has to convey in a language that is not one's own, the spirit that is one's own: One has to convey the various shades and omissions of a certain thought-movement that looks maltreated in an alien language. I use the word 'alien', yet English is not really an alien language to Indians. It is the language of our intellectual make-up. We are instinctively bilingual, many of us writing in our own language and in English. We cannot write like the English. We should not. We cannot write only as Indians. We have Brown to look at the large World as part of us. Our method of expression therefore has to be a dialect which will some day prove to be as distinctive and colourful as the Irish or the American. Time alone will justify it. (Rao, 1974: v-vi)

Las palabras del novelista expresan el sentir de una generación de intelectuales que actualmente sigue escribiendo en inglés, aunque no representan al conjunto de la población india. En cuanto a los medios de comunicación se refiere, es destacable el hecho de la existencia de innumerables ciudades y pueblos en los que el periódico se publica en inglés, de la misma manera la radio y/o la televisión locales dedican algunos espacios en inglés también. De acuerdo con Kachru (2005: 57) la prensa ejerce una importante influencia en la sociedad india.

Debemos mencionar que, entre las clases cultivadas, el inglés es la lengua vehicular. Otro dato curioso es que los nombres de los pequeños comercios y tiendas en zonas donde el inglés es menos utilizado aparecen en inglés. En un estudio que Bhatia (1987) llevó a cabo sobre anuncios, destacó que el 90% de los productos tenían nombres en inglés. Incluso cuando se usa un nombre indio se mezcla con un término inglés: *Morarji Fabrics, Alok Industries*.

La lengua inglesa es, como hemos comprobado, la lengua del intelecto y la formalidad. Las relaciones humanas y las emociones se expresan en las lenguas locales, que son las lenguas que sirven de comunicación entre los amigos y la familia. La música tampoco utiliza el inglés como lengua de transmisión sino que normalmente las canciones son compuestas en las lenguas nativas. En otras ramas de las Bellas Artes como son el teatro y el cine, el inglés tiene poca representación. Actualmente el inglés no prevalece en el cine y en la televisión, aunque se habla de un género emergente de películas en *Indian English*. Este género está destinado a una audiencia que habla inglés, gozando de la ventaja de que puede ser exportado globalmente, sus personajes suele representar un estilo de vida más occidentalizado y con un nivel de educación alto. Sailaja (2009: 10) resalta que en este tipo de cine se refleja algo que es muy cotidiano en la vida real, los personajes remarcan el hecho de que el inglés es la lengua que sirve de nexo entre compatriotas indios que no se conocen entre sí, esto es, que el primer contacto verbal se realiza en inglés hasta que otra lengua común es identificada.

Las series televisivas y las películas más populares proceden de *Bollywood*, es decir, producciones netamente en hindi, que también se exportan a otros países. En el ámbito nacional, el inglés y el hindi comparten supremacía, aunque el uso del inglés se restringe más a programas de tipo informativo y político. Normalmente, las series televisivas de entretenimiento se producen en las lenguas locales, como sucede en la vida real. El uso del inglés se relega para temas que no tiene que ver con las emociones y los sentimientos.

La importancia que la lengua inglesa tiene en India y, a su vez, con el resto del planeta la podemos comprobar a través del siguiente texto publicado en un artículo de un periódico en la India:

More Indians speak English than any other language, with the sole exception of Hindi. What's more, English speakers in India outnumber those in all western Europe, not counting the United Kingdom. And the Indian English-speakers are more than twice the UK's population. (*The Times of India*, Marzo, 2010)

Sin embargo, es necesario puntualizar que existen variedad de opiniones entre los mismos indios de si su inglés es una variedad con identidad propia o es una versión ‘mala’ del inglés británico. Muchos hablantes indios se sienten ofendidos cuando, al inglés que ellos hablan se le denomina inglés de India, ya que hablar el inglés como los nativos es motivo de orgullo y satisfacción. Sin embargo, otros piensan que los que hablan inglés británico son *snob*.

Numerosos académicos y expertos como Sagal y Agnihotri (1988), Sridnar (1989), Bhatt (2000), Kachru (2005) y Kachru (2006) consideran que la lengua inglesa hablada en la India representa la realidad de una nueva variedad del inglés. Tomaremos como referencia la clasificación que Kachru (2005) realiza dentro del *Indian English*, ya que dentro de esta variedad existen algunas subvariedades que a continuación exponemos. La variedad más básica es la denominada basilecto, hablada por vendedores, guías y empleados domésticos. En el punto intermedio se encuentra el llamado mesolecto, hablado por personas no muy cultivadas como son oficinistas. Y en tercer lugar se encuentra la variedad más culta que corresponde al acrolecto, variedad hablada por una comunidad hablante formada por funcionarios estatales, escritores, profesores y educadores en general.

La variedad más básica es denominada por Kachru (2005: 41), como *Butler English*. Esta subvariedad se caracteriza por su simplificación y su uso restringido en determinados contextos. Era la variedad utilizada por los mayordomos y jefes del servicio para comunicarse con los señores de la casa, un aspecto interesante de esta variedad es que era utilizada por los señores para comunicarse con los sirvientes adaptándose a su nivel lingüístico. Sus rasgos característicos son básicamente la alteración en el orden de las palabras y el uso de los verbos. Existe una omisión de los verbos auxiliares y de un uso excesivo de las formas terminadas en -ing. En cuanto al léxico, es muy limitado y hay palabras que adquieren un significado específico, como por ejemplo: *family* usado como *wife*. Otros ejemplos del uso de los verbos son los siguientes: *I telling* por *I will tell*, *I done tell* por *I have told*. Por supuesto, existen unas características fonéticas también que vienen dadas por la influencia de las lenguas locales.

La subvariedad intermedia es denominada como *Babu English*, en sus orígenes era la variedad usada por los empleados de oficinas y surgió en la zona de Bengal, en la actualidad se usa en el norte de India y Nepal y en algunas zonas del sur. Se caracteriza por una ornamentación estilística excesiva además de un estilo marcadamente indirecto y educado. Según apunta Kachru, la organización discursiva está claramente influida por la utilizada en las lenguas sudasiáticas. A

continuación exponemos un ejemplo extraído de una carta de solicitud de empleo (Kachru, 2005: 40):

Sir,

Being in much need and suffering many privations I have alter long time come to the determination to trouble your bounteous goodness. To my sorrow I have not the good friendships with many people hence my slow rate of progression and destitute state.

Here on earth who have I but thee, and there is Our Father in heaven, needless to say that unless your milk of human kindness is showered on my sad state no other hope is left in this world.

Be not angry my Lord at this importunity for my case is in the very worst state. If your honour kindly smile on my efforts for success and bestows on me a small birth (berth) of rupees thirty or more per mensem then I can subsist myself and my families without the hunger of keen poverty, with assurance that I am ever praying for your goodness and liberality.

I remain

Yours obedient

S. C. (p. 9)

El estilo pomposo y rimbombante es muy notorio a la vez que curioso. La sumisión que comunica el escritor viene dada por la marcada división de castas en India, donde se acentúa energicamente la procedencia social las personas.

En cuanto a la subvariedad denominada acrolecto es la variedad más parecida al inglés británico. Los hechos hablan por sí solos y la historia nos relata la influencia que ha tenido el inglés en India, ahora bien, esta influencia ha sido recíproca pues las lenguas locales han influido también sobre la lengua inglesa, dando lugar a una variedad muy característica del inglés. Kachru (2005: 55) nos indica que la situación reciente esta cambiando ya que, actualmente hay una aceptación y reconocimiento de la variedad del inglés por los propios indios, a la vez que existe una cada vez mayor influencia del inglés americano.

En la actualidad, India es uno de los cinco países más industrializados del mundo, produciendo y manufacturando todo tipo de productos que se exportan globalmente. Posee grandes ciudades y centros urbanos poblados por una clase trabajadora y una clase media cuya lengua de comunicación es el inglés, en su variedad india, que es tan elástica como la economía emergente en el área. Por lo tanto, esta situación convierte a la lengua inglesa en necesaria para la comunicación internacional en el sudeste asiático y en otras partes del mundo. Ridge (2000: 155) presenta el aspecto pragmático de la lengua inglesa de la siguiente manera:

The demand of the commercial and industrial sectors for English, the patterns of schooling through the medium of English, a predominantly English media sector, and the complexities of multilingual communities needing a lingua franca have all combined to strengthen the position of English.

Con el crecimiento de las relaciones comerciales de la India con otros países, el inglés ha ido también aumentando su importancia. Numerosas empresas extranjeras invierten en India y establecen o subcontratan sus centros de producción, centros de llamadas, etc. lo que se denomina en inglés *outsourcing*. Por estas razones, la lengua inglesa está jugando un papel primordial en las relaciones profesionales entre las empresas indias y extranjeras. La lengua se adecúa a las diferentes situaciones, especialmente para tener una comunicación fluida. La lengua inglesa sirve de medio de comunicación entre empresas indias y del sudeste asiático, con publicaciones en revistas especializadas de todos los ámbitos empresariales. Veamos el siguiente ejemplo de un artículo del editor de una revista especializada del sector textil en India, donde se comenta sobre la situación económica de este sector en India:

India's textile sector, which was impacted by the global downturn, Is on the path of recovery as exports are likely to increase by 10 per cent in the current financial year. Due to the slowdown in demand, the textile exports including garment and silk, contracted by 4.34 per cent to \$14.07 billion in the first nine months of 2008-09 over the corresponding period.

Textile exports have returned to positive growth since November 2009 and overall revenues should improve from the lows of 2009. As a modest pick-up in international demand has taken place, the new orders placed by retailers had led to the drying-up of inventories. (Kumar, 2010: 1)

En el extracto anterior podemos comprobar, por un lado, cómo el inglés sirve de vehículo de comunicación entre empresas del sector y por otro lado, la actividad exportadora que realiza este sector indio como muestra de su cada vez más creciente protagonismo en el ámbito del comercio internacional.

A continuación describiremos a grandes rasgos las características más notorias del inglés en la India. Según varios estudiosos (Jenkins, 2003; Kachru, 2005, 2006; Sailaja, 2009; Kirkpatrick, 2007) las características propias de esta variedad del inglés se pueden clasificar en los niveles siguientes:

- Fonética y fonología
- Morfosintaxis

- Léxico y discurso
- Convenciones culturales

Estos cuatro niveles nos muestran las particularidades de esta variedad del inglés. La fonética posee unos rasgos muy marcados que son aceptados como identificativos del inglés indio, el acento y la entonación característicos de dicha variedad. Sin embargo, en el nivel sintáctico y gramatical se exige un grado de corrección más alto. El léxico es también muy distintivo y aceptado en general. Según indica Sailaja (2009: 40):

When a language is learnt as a second or foreign language, the focus on 'correctness' is much greater than when the language under consideration is the native language. There are features that are Indian in Standard Indian English but usually native varieties become the benchmark for correctness. Standards could be British or American. Not surprisingly, most of the preferred, and taught, constructions are British rather than American. Since there is no written grammar for IE, in case of doubt an English grammar is consulted.

A pesar de lo arriba explicado, el autor también remarca el hecho de que cada vez más el inglés americano está influyendo en la sintaxis india. En la presente tesis doctoral omitiremos la explicación de los rasgos fonéticos y fonológicos, ya que nuestro estudio se basa en el discurso escrito. En cuanto a la morfosintaxis podemos destacar las siguientes variaciones propias del inglés de la India:

- La distinción entre sustantivos contables e incontables, que existe en las variedades nativas no se contempla en el inglés de India, pudiéndose encontrar ejemplos como: *furnitures, equipments, a research, one evidence, etc.*
- Los tiempos verbales no se utilizan de la misma forma que en las variedades nativas, ya que las lenguas locales expresan el tiempo con el uso de adverbios temporales y no con los propios tiempos verbales. Por otra parte hay una tendencia generalizada a usar el presente continuo con verbos que no suelen utilizarse en este tiempo, por ejemplo: *she is not understanding anything*. Y también para expresar acciones que otras variedades expresan con el presente simple, ej., *We are having our house in Thana*. La causa directa de dicha preferencia por el presente continuo viene dada por la transferencia directa de las lenguas indias (Sailaja, 2009: 49). De acuerdo con Kirkpatrick (2007: 94), lo que quieren expresar con este uso es la continuidad de la acción hacia el futuro.



- En cuanto al uso de verbos modales también existe variación, como por ejemplo, el uso de *would* en vez de *will*.
- En las construcciones copulativas existe también una diferencia clara con respecto a las variedades nativas, omitiéndose la cópula y realizándose una yuxtaposición del sujeto y el complemento.
- El uso diferente de los artículos *a*, *an* y *the* está bastante marcado. En unas ocasiones se omiten, cuando en las variedades nativas se usan y en otras ocasiones se utilizan cuando en realidad no son necesarios. He aquí algunos ejemplos: *What is wrong with watch? We had Group discussion, man should learn to live amicably in the society* (Sailaja, 2009: 52-53).
- El uso de los adverbios de lugar, de tiempo, etc. también tiene variación. Por un lado, la posición dentro de la oración que en muchos casos se sitúa al principio:  
*Recently, we found a question paper, In the park the bombs were placed.*
- La alteración del orden de las palabras también afecta a otras partes de la oración como son el sujeto, el objeto, etc. *This book I will return tomorrow, That you told, etc.*
- El uso de las preposiciones también presenta variación, debido a la influencia de las lenguas indias: *I got angry on him.*
- El uso de las conjunciones en el inglés de India es opcional ya que las lenguas indias así lo hacen.

De la misma forma que hemos mencionado algunas de las más importantes variaciones en el nivel morfosintáctico, mencionaremos algunos del nivel léxico y del discurso:

- Las expresiones idiomáticas de las lenguas nativas se traducen literalmente al inglés dando lugar a expresiones con una fuerte connotación cultural:  
*My client had to drink seven tanks of water*, esta expresión lo que en realidad quiere decir es: *My client underwent torment.*  
*He will eat my brain*, en lugar de: *he will harangue me.*
- Muchas palabras utilizadas en la variedad india del inglés son tomadas del inglés americano y otras del inglés británico:

**IE /AE**

**BE**

<i>Stove</i>	<i>cooker</i>
<i>Pharmacy</i>	<i>chemist</i>
<i>Hardware store</i>	<i>ironmonger</i>
<i>Buffet</i>	<i>sideboard</i>
<b>IE/BE</b>	<b>AE</b>
<i>Jam</i>	<i>jelly</i>
<i>Jelly</i>	<i>jello</i>
<i>Jug</i>	<i>pitcher</i>
<i>Lorry</i>	<i>truck</i>
<i>Dustin</i>	<i>garbage can</i>
<i>Petrol</i>	<i>gas</i>

- Sin embargo, aunque la mayoría de las palabras provienen del inglés británico, existen palabras que no provienen de ninguna de las dos variedades nativas:

<b>IE</b>	<b>BE/AE</b>
<i>Wine shop</i>	<i>off-licence / liquor store</i>
<i>Metro</i>	<i>underground / subway</i>

- Muchas palabras han adquirido identidad propia y, por lo tanto, significado propio en el inglés de la India:

<b>IE</b>	<b>Significado</b>
<i>Hotel</i>	<i>restaurant</i>
<i>Convent</i>	<i>A School run by Christians</i>
<i>Social</i>	<i>A film with a social theme</i>
<i>Mythological</i>	<i>A film with a mythological theme</i>
<i>Bearer</i>	<i>Waiter</i>

- Una gran cantidad de vocablos indios se han asimilado en el inglés de la India, que incluso a veces han cruzado las fronteras y han sido adoptados por otras variedades del inglés y otras lenguas occidentales como préstamo lingüístico.

Ejemplos procedentes del hindustaní:

*Guru, bungalow, punch (drink)*

Ejemplos procedentes del Tamil:

*Pariah, catamaran.*

Otros préstamos lingüísticos:

*Cashmere, chutney, pyjamas, gymkana, avatar, shampoo, yoga, patchouli, karma.*

Algunas de estas palabras no tienen equivalentes en el inglés británico o americano porque han sido prestadas de la filosofía india: *avatar, guru, karma*, etc. Igual que de la filosofía, muchos términos proceden de la religión, de la comida, y de las costumbres en general.

- La influencia de las lenguas locales ha originado lo que Kachru (1983:38) denomina como hibridización, proceso lingüístico mediante el cual una palabra inglesa se combina con una palabra de una lengua local para formar otra palabra o expresión en inglés indio: *ghat road (a road through the Hills or mountains)*, *iftar party (party breaking the fast Turing the Ramadan, in the evening)*, *baba suit (adult's dress in reduced version to be worn by little boys)*, *disco bhangra (a Punjabi dance to disco music)* (Sailaja, 2009: 80).
- Las innovaciones léxicas se producen a medida que las lenguas evolucionan y el inglés de la India no es una excepción. La variedad nativa no ofrece a veces los términos para denominar cosas o sitios, por lo tanto se crean nuevos vocablos. La formación de palabras nuevas se lleva acabo de forma muy frecuente con palabras compuestas, sustantivo + sustantivo, adjetivo + sustantivo, sustantivo + verbo, verbo +verbo, etc.

Sustantivo + sustantivo:

*Auto-ricksaw (a motorized three wheeler)*, *ceiling fan (an electric fan meant to be fixed to the ceiling)*, *hill station (a place in the hills which is generally cool in climate)*, *Black Money (unaccounted money, earnings on which tax is not paid)*, etc. (Sailaja, 2009: 76-77).

Adjetivo + sustantivo:

*Tall claim (an exaggerated claim)*, *gazetted officer (a government official of a particular rank)*, *creamy layer (the economically well-off sections of those who belong to underprivileged castes)*, etc. (Sailaja, 2009: 77).

Sustantivo + verbo:

*Double-fry (an omelette fried on both sides)*, *Charge-sheet (an internal list of accusations)*, etc. (Sailaja, 2009: 77).

Verbo +verbo:

*Steam-cook (to steam food), air-dash (to rush by air), etc.* (Sailaja, 2009: 77).

- Dentro del nivel léxico existe también la formación de palabras a través del uso de los prefijos y de los sufijos, con ejemplos como: *vegetablewala (vegetable vendor), presswala (journalist), reservasionist (one who espouses the cause of reserving seats in educational institutions and government Jobs for certain underprivileged groups)*.
- El uso de abreviaciones es muy común en el léxico de la variedad india del inglés: *NRI (Non-Resident Indian), OBC (Other Backward Castes), PT (Physical Training)*, etc.
- Existe una tendencia a usar redundancia de términos en esta variedad:

*Rewinding back, tissue paper, etc.*

- El uso de abreviaciones y acrónimos es muy común entre los hablantes de la variedad india, por ejemplo: *PT (Physical Training), AC (Air Conditioner), NRI (Non-Resident Indian), ICCR (Indian Council for Cultural Relations), CIEFL (Central INstitute of English and Foreign Languages)*, etc.

Las convenciones culturales ejercen una importante influencia en cualquier lengua, toda lengua viene dada por una cultura, incluso las lenguas que han sido adoptadas. Las convenciones culturales de los indios influyen profundamente en la forma de comunicarse en la sociedad y en la forma de dirigirse a los diferentes miembros de una comunidad de hablantes. El estilo discursivo del inglés en India se puede caracterizar como ‘indirecto’, ya que los hablantes indios prefieren no utilizar el estilo más directo utilizado por ingleses y, todavía más, por los americanos. Los hablantes indios no van directamente a la cuestión, sino que prefieren ser más diplomáticos y dar un rodeo, utilizando bastante ornamentación y dando énfasis al contexto. (Sailaja, 2009)

Las relaciones sociales en India están mucho más definidas que en los países occidentales. La jerarquía social tradicional india influye de manera importante en el tratamiento. Veamos por ejemplo, el tratamiento que se debe utilizar con las personas mayores, es considerado irrespetuoso dirigirse a las personas mayores por su nombre de pila, de manera que, todas las personas que pertenecen a generaciones mayores que las del hablante deben ser tratados como: *aunty* o *uncle*, incluso utilizar los tratamientos de *Mr / Mrs* no se consideran adecuados.

También en el ámbito profesional existen costumbres con referencia a los tratamientos entre personas. En este contexto se utiliza *sir, madam /ma'am* para dirigirse a los superiores. Cuando dos personas se encuentran al mismo nivel jerárquico entonces se usan los tratamientos siguientes: *Mr, Mrs, Ms, Dr*. En el contexto sanitario el tratamiento utilizado es *doctor*, para los médicos y *sister* para las enfermeras sin añadir ningún nombre. Cuando se expresan en las lenguas indias se añade el sufijo *-ji*, del Hindi y esto es transferido al inglés indio de la siguiente forma: *Doctor-ji said that he would be fine*.

En el ámbito educativo los niños, en muchas ocasiones se refieren a su profesor anteponiendo la asignatura al tratamiento: *economics sir, maths sir, Hindi miss, etc*. Los estudiantes evitan utilizar el tratamiento *you* cuando se dirigen directamente al profesor, dirigiéndose en lugar de la siguiente manera: *As madam said*, incluso cuando hablan directamente con la persona.

Otros aspectos relacionados con la cortesía se detectan en el discurso escrito, no solamente en el hablado. Se tiende al uso de eufemismos en lugar de expresiones más directas: *passed away*, en lugar de *die*, *she is in the family way / she is expecting* en vez de *she is pregnant*. Se considera como un rasgo distintivo del inglés indio el uso de circunloquios sintácticos en el discurso escrito, dichas estrategias estilísticas mejoran la cortesía de un texto. Los siguientes ejemplos lo muestran claramente.

*I am to invite your attention to the attached invitation, I would like to request you to consider my appeal favourably.*

La cultura india se refleja claramente en las siguientes expresiones, donde la importancia de la religión en la sociedad india se refleja de manera expresa:

*God bless you, May God bless you.*

Hemos mencionado anteriormente, el uso de expresiones idiomáticas traducidas literalmente al inglés, que reflejan la influencia cultural india:

*May you have many sons and may you always wear red, May you live in your husband's shadow for a hundred years.*

El estilo del inglés indio ha sido considerado como arcaico y formal, pero una vez más es el reflejo directo de la cultura del contexto. Podemos encontrar expresiones muy frecuentes como las a continuación se exponen:

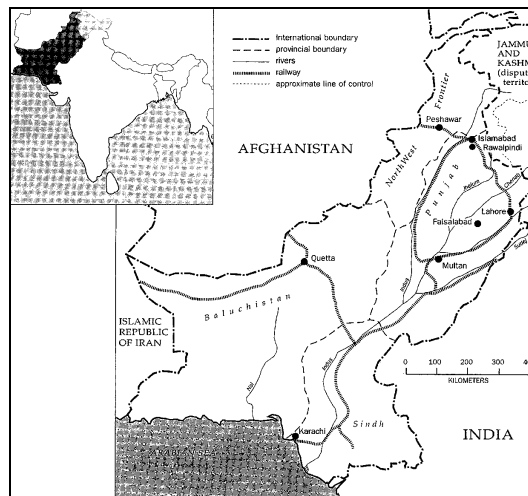
*Respected Madam, Kindly do the needful, Please arrange to do this at your earliest convenience, Thanking for your kind consideration, Yours most obediently, etc.*

Para concluir esta descripción de las características del inglés en la India, debemos decir que es considerado como una de las variedades en las que más influencia de las lenguas locales se produce, y en la que se refleja de forma nítida dicha influencia desarrollando características lingüísticas que reflejan la cultura local y su forma de expresarse.

## **5.2. El inglés de Pakistán**

Born in the ferment of change that accompanied the collapse of colonialism, Pakistan is still a society in transition. Older forms of economic, social, and political organization are under challenge, while new ones have yet to evolve. (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003: 3)

Las palabras de Mumtaz, Mitha y Tahira resumen de manera simplificada la actual situación de Pakistán. Como es bien sabido, Pakistán formaba parte de India hasta su independencia en el año 1947, por lo tanto, tiene una historia común con India hasta esa fecha. Así pues, todo lo descrito acerca de la historia del inglés de India, en el apartado anterior, se aplica igualmente a Pakistán hasta el momento de su independencia, ya que, formaban un solo país. A continuación, en la Figura 8, se muestra el mapa de Pakistán en la actualidad:



**Fig. 8.** Mapa de Pakistán en la actualidad (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003: 4).

Para contextualizar mejor la historia reciente de Pakistán observamos en la Figura 9 un eje cronológico de dicha historia reciente.

<b>Dates and Events</b>	
1885 First Indian National Congress meets in Bombay.	1973 New Constitution approved unanimously by the National Assembly 10 April.
1906 Foundation of the Muslim League.	1974 Ahmadis declared Non-Muslims.
1920 – 1922 Gandhi’s Non-Cooperation Campaign.	1977 Elections. Martial Law imposed in certain areas. In July Prime Minister Zulfikar Ali Bhutto arrested for alleged election rigging. General Mohammad Zia-ul-Haq took control and imposed Martial Law nationally.
1928 Indian women granted voting rights equivalent to men.	1979 Promulgation of Haddood Ordinance, introducing so-called Islamic punishments for crimes including slander, theft, rape, adultery, fornication ( <i>zina</i> ) and prostitution.
1932 All India Muslim League supports women’s demand for equal rights for all people regardless of religion, caste, creed or sex.	1983 Women’s demonstration against discriminatory laws, in Lahore. First street protest against Martial Law.
1940 ‘Two Nation’ theory articulated by Jinnah.	1984 Islamic Law of Evidence passed. The Law states that in matters relating to ‘financial and future obligations’ the evidence of two men or one man and two women will be required.
1942 – 1943 Bengal famine.	1985 General Mohammed Zia-ul-Haq lifts Martial Law. Number of women’s seats raised to 20 in the National Assembly.
1947 Independence and Partition: 14 August – Pakistan; 15 August – India	1986 Benazir Bhutto returns to lead the Pakistan People’s Party and demands elections.
1948 Jinnah died at Ziarat (11 September). War with India.	1988 Zia-ul-Haq dies in a plane crash in August. Elections held in November. Benazir Bhutto becomes Prime Minister in December.
1951 First Constitution adopted on 19 February by the assembly, enforced on 28 March 1956. Assassination of Liaquat Ali Khan (16 October).	1990 Ishaq Khan dissolves the National Assembly. Benazir Bhutto’s government dismissed. Elections held. Nawaz Sharif takes over as the Prime Minister (October)
1958 – 1969 Martial Law regime; Field Marshal Ayub Khan. Abrogation of the Constitution of 1956. Imposition of Martial Law by Ayub Khan.	1993 Assembly dissolved again. Benazir Bhutto becomes the Prime Minister again.
1961 Family Laws Ordinance restricts polygamy, regulates divorce and raises the marriageable age for girls to a minimum of 16.	
1962 The new constitution of Pakistan.	
1965 War with India over Raan of Kach.	
1970 Elections. Pakistan Awami League successful in East Pakistan.	
1971 Military action in East Pakistan. President Yahya Khan resigns and Zulfikar Ali Bhutto becomes the President and Chief Marshal Law Administrator. Pakistan Army surrenders in Dhaka; Bangladesh born.	

**Fig. 9.** Cuadro síntesis de la reciente Historia de Pakistán (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003: 24).

El impacto ejercido por el imperio británico en el subcontinente indio fue muy profundo. Los británicos trajeron con ellos su visión del mundo basada en la experiencia de la revolución industrial. De esta manera, se introdujeron cambios en las estructuras sociales y económicas, así como en los sistemas de producción que fueron adaptados a las necesidades de la metrópoli. Un ejemplo claro fue el cultivo del algodón, que se suministraba a la industria algodonera británica. Estos cambios provocaron migraciones de población de una zona a otra del país. También se construyeron las vías del ferrocarril para poder transportar todas las materias primas y otros productos a los mercados británicos, hecho que estimuló el movimiento de personas que hasta entonces no se había producido. Toda esta modernización ocasionó cambios sociales tremendos



en un periodo de tiempo muy corto. Asimismo los británicos introdujeron nuevos sistemas de recaudación de impuestos, nuevos procedimientos legales, nuevas formas educativas, nuevos sistemas de administración y nuevas políticas, afectando todo ello a las relaciones sociales. Los poderes tradicionales se redujeron y una nueva clase de profesionales a imagen y semejanza de los colonizadores surgió: médicos, abogados y profesores.

Durante el dominio británico hubo muchas pugnas políticas que desembocaron en el desarrollo de nuevas ideas de democracia, libertad y nacionalismo, que servirían de modelo para los nuevos sistemas e instituciones de gobierno tras la independencia.

Lingüísticamente hablando, Pakistán es un país muy heterogéneo, aunque todas las lenguas comparten un origen del árabe o del persa. El urdu es la lengua oficial en la actualidad, era la lengua de las clases altas musulmanas del norte de la India, en el tiempo de la independencia. Por lo tanto, el urdu está relacionado con el nacionalismo musulmán. La lengua inglesa es utilizada a la par que el urdu en los asuntos oficiales y en algunas partes de la educación, como veremos más adelante, es la lengua de la élite.

La lengua inglesa ha sido parte integral de Pakistán desde su creación como país, en 1947, formando parte de ámbitos sociales, económicos, políticos y educativos. De hecho, el uso del inglés en Pakistán data incluso de antes de su creación como estado independiente de la India. Un ejemplo claro y patente de ello fue la elección del inglés como lengua del discurso inaugural del primer gobernador de Pakistán, Muhammed Ali Jinnah, como indica Mahboob (2009: 178), en el acto de celebración de la primera asamblea constituyente de Pakistán en la declaración de la independencia de Pakistán, como se puede leer en la Figura 10:

**Jinnah's address to the Assembly: 11 August 1947**

'...You may belong to any religion or caste or creed – that has nothing to do with the business of the state. We are starting in the days when there is no discrimination, no distinction between one caste or creed and another. We are starting with this fundamental principle that we are all citizens and equal citizens of one state...

Now, I think we should keep that in front of us as an ideal and you will find that in course of time Hindus would cease to be Hindus and Muslims would cease to be Muslims, not in the religious sense, because that is the personal faith of each individual, but in the political sense as citizens of the state...'

**Fig. 10.** Extracto discurso de Muhammed Ali Jinnah (Mumtaz, Mitha & Tahira, 2003: 22).

El uso de la lengua inglesa en ese acto fue simbólico y representativo del papel que jugaba en la India británica y, a partir de entonces, también en Pakistán. Con la partición política del subcontinente indio, el destino de la lengua inglesa cayó en manos de sus respectivos líderes políticos en India y Pakistán. Al principio mantuvo su status, pero no mucho más tarde empezó a tambalearse a causa de los partidos religiosos islámicos. Por un lado, dichos sectores de la vida socio-política veían al inglés como un legado del colonialismo, que les sometía todavía, de alguna manera, al imperio británico.

Por otro lado, los partidos religiosos representaban a la mayoría de la población más desfavorecida e ineducada, que no tenía acceso a la educación inglesa y consideraban la lengua como un obstáculo para acceder a la movilidad económica y social. Consecuentemente, se considera que el estatus privilegiado del inglés representa una nueva forma de colonización, de colonización lingüística. Sin embargo, y a pesar de sus protestas, no han conseguido que la lengua inglesa desaparezca por las siguientes razones: no existe ninguna otra lengua que sea políticamente neutral, hay una falta de material educativo en las lenguas locales para los diferentes niveles e instituciones educativas, estos partidos políticos religiosos no gozan del suficiente poder político y, por último, los grupos que poseen el poder económico, político y social creen que el inglés es esencial para el futuro desarrollo del país (Mahboob, 2009: 179).

Como resultado de lo explicado anteriormente, la supremacía del inglés se ha mantenido, a excepción del periodo de tiempo que siguió al golpe de estado del general Zia-ul-Haq's, en 1977. Durante este periodo de tiempo, se implantaron políticas de islamización y de implementación del urdu para descentralizar el papel del inglés. En 1978 se impuso a todos los colegios, donde se impartía enseñanza en inglés, que se realizara en urdu. Resulta curioso destacar que en algunos de estos colegios de la élite estudiaban los hijos de los dirigentes políticos y fueron declarados exentos de cambiar al urdu (Rahman 1996).

En 1983, el propio gobierno del general Haq's creyó conveniente revisar la política educativa por ser impopular y en 1987 se revisaron todas las políticas que consideraban el urdu como único vehículo de enseñanza. Este periodo duró unos diez años y su impacto en la prohibición de la lengua inglesa tanto en la educación como en el ámbito oficial es todavía palpable. Sin embargo los posteriores gobiernos han ido introduciendo de nuevo la lengua inglesa en la vida de Pakistán. Tras el gobierno del general Haq's, se estableció el gobierno del general Pervez Musharraf, quien valoraba altamente el inglés como herramienta esencial para el desarrollo de la economía de

Pakistán en el mercado global. De esta manera, se implementaron políticas de enseñanza del inglés en los niveles primarios, que los gobiernos posteriores han continuado.

En la actualidad, la posición de la lengua inglesa en la ciencia, la tecnología, los medios de comunicación, la comunicación internacional y la literatura creativa es incuestionable. Un ejemplo muy claro que expone Baumgardner (1990; citado en Kachru, 2005: 57): “In Pakistan there are 18 English language newspapers, 35 weeklies, 33 fortnightlies, 152 monthlies and 111 quarterlies”. También es digno de mención, el hecho de que la literatura creativa en Pakistán, así como también sucede en India, se escribe en inglés, una tradición que data de tiempos previos a la partición. Autores como Hashmi (1989), piensan que a pesar de los continuos cambios en la política lingüística del país, la literatura creativa ha florecido. El inglés es la lengua vehicular en este campo e incluso la Academia de las Letras en Pakistán reconoce todas las obras en inglés en sus premios nacionales de literatura.

Como ha sucedido en el país vecino, la India, en Pakistán el inglés británico ha evolucionado, se ha indigenizado al estar en contacto con las lenguas locales, resultando en una variedad de inglés más, considerado así porque difiere de las variedades tanto británica, como americana. Mahboob (2009) nos indica que el inglés pakistaní varía en casi todos los aspectos lingüísticos; fonología, sintaxis, morfología, semántica, léxico y pragmática, aunque desafortunadamente no existen muchos estudios sobre esta variedad. Las lenguas con las que convive el inglés pakistaní son el urdu, que es la lengua nacional y oficial, el punjabi, pashto, sindhi, siraiki y, por último, el baluchi (Rahman, 1997). El inglés como hemos mencionado anteriormente, se utiliza en los ámbitos del poder como en la administración, en las fuerzas armadas, en la educación elitista, en el comercio, etc.

Pakistán es un país multilingüe, donde las lenguas oficiales se combinan con las lenguas regionales y nacionales para la comunicación social. Sin embargo, la lengua inglesa es la más utilizada en el contexto de los negocios, especialmente en el discurso escrito, siendo más utilizado el urdu en el discurso oral. También es muy frecuente el denominado *code-switching* entre el inglés y el urdu, este fenómeno sociolingüístico consiste en utilizar palabras en urdu cuando se habla inglés y viceversa, algo que es muy común incluso en los periódicos y revistas, así como oralmente (Anwar, 2009).

Esta situación viene dada por la cada vez mayor globalización así como la introducción de las nuevas formas de comunicación, como Internet, etc. Cuanto mayor es el tamaño de las operaciones de una empresa mayor es el uso del inglés también. En Pakistán, el inglés es la lengua de los asuntos oficiales, por lo tanto, todas las organizaciones empresariales se comunican con las gubernamentales en esta lengua. De esta forma, la lengua inglesa juega un papel esencial, no solamente en los negocios en sí, sino también en su desarrollo (Tahir, 2004). Es por lo tanto muy necesario el uso del inglés en los negocios. Las grandes industrias y empresas operan en inglés, ya que se han establecido grandes nexos con otras organizaciones internacionales en el mercado global. Por esta razón, las empresas tienen más posibilidades de desarrollarse si la comunicación es eficiente. La lengua inglesa tiene un mayor alcance global, que hace que las empresas con aspiraciones de expansión la usen. Las campañas de marketing usan el inglés especialmente en el discurso escrito en anuncios, etiquetas, nombres de productos, se trata de una estrategia de para crear la imagen del producto que le confiere un aire de internacionalización y de alta calidad. El inglés simboliza la internacionalización, por lo que de esta manera se considera estar creando una imagen mejor que si se hiciera en las lenguas locales. De la misma forma la lengua inglesa se utiliza en reuniones, presentaciones, programas de formación, entrevistas, etc. Según Tahir (2004), un número creciente de empresas tanto nacionales, como internacionales exigen el inglés para los puestos de trabajo, las promociones laborales y los salarios más elevados.

Es importante tener en cuenta que en una sociedad que cuenta con tantas lenguas el inglés es la lengua de la ley y la Constitución, las regulaciones, las normativas, los juicios y procesos, los documentos políticos del estado están escritos en inglés, como lo indica Haque (1993). De este modo podemos establecer una comparación con la situación del inglés en India, donde también el inglés es el idioma de la legalidad y de la formalidad y las lenguas locales se utilizan más en el entorno personal y familiar.

Desde 1947, el inglés en Pakistán se ha utilizado en un contexto cultural multilingüe, de esta forma, ha ido absorbiendo los rasgos culturales y lingüísticos de sus usuarios. Este proceso ha tenido lugar a tres niveles:

- Fonológico y fonético.
- Morfológico y sintáctico.
- Léxico y semántico.

De igual manera que dijimos en el apartado anterior, no nos detendremos en profundizar en la fonología y la fonética, ya que nuestro estudio se basa en el discurso escrito. A pesar de no haber tantos estudios sobre la variedad del inglés pakistaní, sí que está siendo considerado una variedad más con sus características propias: “It has emerged that in grammatical features, Pakistani English is different from British Standard English in a rule-governed manner like other non-native varieties of English” (Rahman, 1990).

Estas variaciones gramaticales también se detectan a nivel de la oración como lo observa Baumgardner (1993). De ahí que numerosos elementos léxicos destacan ahora en el inglés de Pakistán, que han cambiado su antiguo uso del inglés británico estándar al uso ‘urduizado’ (Talaat, 1993). A continuación presentamos algunos ejemplos del denominado *code-switching* al que hacíamos referencia arriba, se trata de ejemplos extraídos de periódicos y revistas locales (Anwar, 2007):

1. *A poor **hari (the farmer)** can be sent to the gallows even on the mild accusation of a crime leveled against him by a noble. (March 27, 2007 D)*
2. *An honorable **sardar or wadera (the landlord or chief)** can walk free even after proven record of the most heinous kinds of against crimes him. (March 27, 2007 D).*
3. *They alleged the **naib nazim (the vice municipal officer)** was receiving threats to force him to part ways with the PPP-backed Awam Dost panel. (March 04, 2007D)*

Dentro del inglés pakistaní, como sucede en el inglés indio, existen varias subvariedades dependiendo del uso de la lengua y del bagaje de los hablantes. Rahman (1990) realiza una clasificación de cuatro subvariedades, que a continuación exponemos:

- La primera es la más cercana al inglés británico con ligeras diferencias fonéticas y fonológicas. Es la variedad utilizada por personas que tienen un gran contacto con el inglés británico, que proceden de una clase social alta y cultivada que a menudo ha estudiado en Gran Bretaña. Ejemplo de hablantes de esta subvariedad son los académicos, escritores y altos cargos de la administración.
- La segunda subvariedad o acrolecto posee mayores variaciones de la normativa británica en los niveles morfológico, léxico, sintáctico y semántico. Sus usuarios pertenecen a un sector de la sociedad que ha sido educado en instituciones de élite que utilizan el inglés

como lengua vehicular. Se trata de periodistas, profesionales y nuevamente cargos administrativos pertenecientes a una clase media-alta.

- La tercera subvariedad o mesolecto, es la más utilizada que varía más que las dos anteriores de la normativa nativa británica. Los hablantes de esta subvariedad han sido educados en urdu en el colegio y pertenecen una clase media que no tiene contacto alguno con la variedad británica.
- En último lugar se encuentra el basilecto, tratándose de la subvariedad que más difiere del inglés británico. Los hablantes de esta subvariedad son personas menos educadas y con trabajos de más baja posición que los anteriormente descritos; oficinistas, empleados de base, etc. Los extranjeros encuentran difícil la comprensión de esta subvariedad.

Como conclusión de este apartado, resaltamos que la situación del inglés pakistaní no está ajena a las controversias, como la situación socio-cultural del propio país. Existe un sector de la población que contempla el inglés británico estándar como el modelo a seguir y cualquier desviación o variación de ese modelo es considerada como errónea o impura. La utilización de palabras procedentes del urdu o cualquier otra lengua local es considerada como un ‘sacrilegio’ para la lengua inglesa, sin embargo, el uso de palabras en inglés británico cuando se hablan las lenguas nativas es observado como un signo de educación cultivada, o incluso también la pronunciación de palabras en urdu con un deliberado acento inglés.

Otro sector de la sociedad, en contrapartida, aboga por la aceptación del inglés pakistaní con todos sus rasgos característicos en todos sus niveles, fonológicos, sintácticos, semánticos, etc. Consideran que la lengua debe adaptarse y acomodarse al contexto socio-cultural y las necesidades de los hablantes y no al revés. Sea cual sea la postura que se tome, el país necesita de la lengua inglesa para progresar como se desprende de las palabras de Mahboob (2003) ya que para poder desarrollarse económica y tecnológicamente la lengua inglesa es la herramienta esencial:

Languages in Pakistan are used for one or more of the following four purposes: National economic progress, international communication and access to modern sciences and technologies, national identity formation and intranational communication, and local/in-group/regional communication.

These four areas represent aspects that language policy planners should take into consideration while framing a policy.

National economic development is the most crucial among these and is dependent on access to modern technology. Development in either of these areas needs

people who are proficient in the English language. English is also the language of global communication and modern sciences. [...] Although there are some groups that fear that this policy will kill indigenous languages and cultures, most people accept it as the only viable road to the much-needed economic development.

### **5.3. El inglés de Hong Kong**

In the context of English in Hong Kong, if history teaches us anything it is that the 'decline' in externally- imposed standards must occur if English is to survive in post-colonial Hong Kong. [...] New 'internal' standards must replace them-and that is precisely what has been happening with the emergence of a distinctive form of English. Again, Hong Kong people are not making random errors in English, but regularly occurring patterns largely traceable to the influence of their other principle language. It was by just such a process that the Romance languages came into being, an emergence that was at the same time a crumbling of the standards of Latin measured against the external criterion of Virgil and Cicero, and not a random crumbling, but one connected to the other languages spoken in the former Roman Empire. (Joseph, 1997: 68)

Tal y como hemos explicado a lo largo de esta tesis doctoral, las lenguas son elementos vivos que evolucionan y cambian por diversas causas. Entre dichas causas se encuentran las provocadas por la convivencia de dos o más lenguas en un mismo contexto comunicativo y, a su vez, por la influencia cultural y social de estos contextos. En la cita anterior se compara la evolución de una nueva variedad del inglés, el inglés de Hong Kong, con las nuevas lenguas que se derivaron del latín en la época del imperio romano. A continuación, revisaremos la reciente historia y evolución del inglés en Hong Kong, basándonos en los estudios llevados por los expertos en la materia. En la Figura 11 se muestra el mapa de China y Hong Kong en la actualidad:



**Fig. 11.** Mapa de China y Hong Kong en la actualidad. (Kirkpatrick, 2007: 136).

En la actualidad, China y Hong Kong son un mismo país, aunque la historia y los papeles que juega el inglés en ambas zonas son bastante diferentes. Hong Kong se convirtió en colonia británica en 1842 al finalizar la primera guerra del opio entre Gran Bretaña y China. En esta fecha se firmó el tratado de Nanjing que permitió también la apertura de las ciudades chinas de Amoy (hoy Xiamen), Canton (hoy Guangdong), Fuzhou, Ningbo y Shanghai como puertos para el comercio de los británicos y otras naciones de occidente (Kirkpatrick, 2007: 137).

Como ya se verá en el apartado del inglés de china, el primer contacto de los mercaderes británicos con las tierras chinas data de 1644 (o incluso antes) cuando la *East India Company* arribó a las costas de Macao, donde encontró a los portugueses. De acuerdo con Bolton (2003: 147), a partir de 1709 la *East India Company* se consolidó como *The United Company of Merchants of English Trading to the East Indies*, y el comercio del té floreció rápidamente. Sin embargo hacia el año 1757, el gobierno chino prohibió el comercio con los británicos en todos los puertos exceptuando Canton, lugar que adquirió el monopolio del comercio con occidente. Hacia principios del siglo XIX existían tres grupos de hablantes de inglés que estaban involucrados en el comercio de Canton:

- Los mercaderes pertenecientes a la Compañía de las Indias, considerada como la mayor empresa de comercio en aquella época que, como Bolton (2003) la denomina, fue la primera empresa moderna transnacional.



- El segundo grupo era el de los comerciantes que tenían sus oficinas principales en Inglaterra y Escocia y que más adelante establecerían sus propias empresas de comercio.
- Y en tercer lugar, se encontraban los mercaderes americanos, que empezaron sus andaduras comerciales hacia 1784 y que pronto se convertirían en auténticos rivales de los británicos en el sur de China.

Todos ellos se comunicaban con sus homólogos chinos en una especie de *Chinese Pidgin English*, que, como hemos definido anteriormente, era una forma simplificada de hablar entre los comerciantes a la hora de comunicarse en sus transacciones. De esta forma, el periodo entre 1720 y 1839 fue testigo de los orígenes de lo que más tarde se denominaría *Pidgin English* o *Chinese Pidgin English*.

A continuación mostramos algunas palabras pertenecientes a esta jerga extraídas del estudio del glosario de Morrison (1834), citado por Bolton (2003: 154):

*Glossary of words and phrases peculiar to the jargon spoken at Canton (Morrison, 1834):*

*Can do?* - Will do it?

*Catchee?* - To get, to bring, to find

*Chinchin* - From Chinese *tsing*, to request, and *tsing ah*, a salutation.

*Chop-chop* - Quick, fast.

*Chop-sticks* - The well known sticks of wood or ivory used by the Chinese in eating.

*Chow-chow* - Mixed, miscellaneous; the mixed meats of the Chinese.

*Counta* - An account current, to count.

*Fan-kwei* - Foreign devil

*Hong* - A factory, a place of commercial business, a commercial establishment.

*Junk* - Name applied by foreigners to the large Chinese vessels.

*Lingoo* - A linguist

*Machcheen* - A merchant

*Plum-cash* - Prime cost

*Pidgeon* - Or pidginess, a corruption of the English word business.

Para comunicarse en dichas transacciones, los mercaderes chinos aportaban sus propios intérpretes o ‘lingüistas’ para el trato con los europeos, quienes traducían principalmente a través de jergas, o lo que denominaban en aquella época los nativos británicos como *broken English*. Una de las primeras referencias a este *broken English* la realizó, como nos señala Bolton (2003: 148), el comodoro George Anson, un capitán de la marina inglesa que visitó Cantón durante 1742-43. En sus memorias narraba lo difícil de la negociación en el sur de China y se quejaba de la escasez de intérpretes y de la imprudencia de llevar a cabo transacciones comerciales a través de una jerga de ‘inglés roto’, que sólo unos pocos chinos habían aprendido. Otros historiadores como Noble (1762), hacían referencia a una jerga formada por una mezcla entre el portugués y el inglés. Hacia 1793, después de casi un siglo de comercio con el sur de China, el gobierno británico envió una misión diplomática para establecer relaciones diplomáticas entre la Gran Bretaña industrializada y el reino de China, con la posterior intención de extender el comercio más allá de Cantón y Macao, además de obtener el permiso para instalar una misión diplomática en Pekín. Sin embargo, este intento fue un completo desastre, ya que el emperador chino les concedió audiencia en su palacio de verano, pero no aceptó ninguna de sus peticiones considerando a Gran Bretaña un país interesado solamente por el dinero.

Además del comercio en la zona, debemos hablar de las escuelas misioneras que se establecieron en Hong Kong hacia 1851, como *St. Paul's College*, por ejemplo. En 1862, el gobierno del imperio fundó *The Central School*, colegio gestionado por el gobierno, que más tarde se convertiría en *Queen's College*.

Estos primeros misioneros fueron los responsables de realizar las traducciones de las obras clásicas chinas al inglés y también elaboraron los primeros diccionarios. Sin embargo, la instrucción en estos colegios era en cantonés y, asimismo, enseñaban la literatura china. No fue hasta 1894 cuando se instauró el inglés como medio de instrucción en el *Central School*, que pasó a llamarse *Queen's College*. Los educadores y misioneros tenían en muy alta consideración la cultura china y su lengua, como había sucedido en la India, eran consideradas culturas con una larga e importante tradición literaria y filosófica. El inglés se enseñaba a la par de las lenguas chinas, mandarín y cantonés. De esta manera, se crearon un tipo de colegios denominados *Anglo-Chinese schools*, término que todavía actualmente es utilizado (Bolton, 2003: 84). Sin embargo a partir del siglo XX se fundaron colegios distintos atendiendo a los diferentes orígenes de los

niños; por un lado, estaban los colegios para los niños chinos hijos de una élite y, por otro lado, los colegios para niños hijos de expatriados. A lo largo del siglo XIX muchos de estos misioneros y oficiales de las colonias se dedicaron al estudio del cantonés, crearon diccionarios y otros manuales sobre la lengua china. El interés tan grande que suscitaba la cultura oriental y su lengua hizo que dicha lengua gozase de una autonomía muy marcada aún estando bajo la ocupación colonial británica. Durante los años en que Hong Kong fue una colonia, el inglés se mantuvo como la lengua de una minoría, que estaba formada por la comunidad británica de los administradores coloniales, los cuerpos de la marina, la armada y por último la comunidad formada por comerciantes y hombres de negocios. Asimismo, se convirtió en la segunda lengua de la élite de comerciantes chinos, quienes a finales del siglo XIX estaban alcanzando una posición de supremacía importante.

Los colegios arriba mencionados jugaron un papel importante a la hora de educar a una futura clase de comerciantes que promocionarían la modernidad en Hong Kong a finales del siglo XIX. Entre los acontecimientos y fechas clave en el papel del inglés en Hong Kong podemos mencionar el establecimiento de la lengua inglesa como medio de docencia en la Universidad de Hong Kong en 1911, que sería la única universidad hasta la fundación de la *Chinese University of Hong Kong* en 1963. Con la fundación de la primera universidad de Hong Kong, se incrementó el interés por la educación en inglés aunque, al mismo tiempo, se crearon numerosos colegios chinos entre 1920 y 1930. El sistema de educación colonial permaneció muy elitista hasta 1970, ya que la educación en inglés se asociaba con el privilegio y la clase social.

El contexto socio-cultural durante todos estos años, es decir, finales del siglo XIX y principios de siglos XX, era el siguiente: existía una gran diferencia entre los europeos y los chinos en Hong Kong que normalmente estaba íntimamente ligado a las diferencias entre clases sociales. Esta situación se traducía en que muy pocos europeos hablaban las lenguas chinas, así como tenían muy poco interés en la cultura, sociedad y civilización chinas, exceptuando una minoría de estudiosos. Se trataba de una sociedad muy clasista y su único contacto con las personas chinas era a través de sirvientes y empleados de cualquier tipo. La comunidad británica, hacia 1920 era muy pequeña, unos 4.000, frente a un total de población de 625.000 (Bolton, 2003: 85). Los puestos ejecutivos en los negocios se reservaban a los ciudadanos europeos y solamente a partir de 1926 se le concedieron a los ciudadanos chinos puestos en el Consejo Ejecutivo del gobernador. A partir de 1945, se empezaron a otorgar puestos a personas chinas, que hasta

entonces sólo habían estado detentados por europeos. En todo este contexto, la comunicación entre los británicos y los chinos que trabajaban para ellos era en una especie de *pidgin English*. En esta sociedad no había prácticamente clase media china, el salto era muy marcado entre las clases sociales altas (europeos y muy pocos chinos) y las clases bajas (el resto de la población china). En los años sesenta, solamente una minoría podía ofrecer educación secundaria completa a sus hijos, en ese momento un sistema bilingüe dominaba la educación. Hacia 1970, el acceso a la educación pública se incrementó considerablemente y esta situación provocó un aumento en el grado de multilingüismo en Hong Kong. A partir de ese momento, las reformas llevadas a cabo en materia educativa, brindaron la oportunidad de estudiar a los niños pertenecientes a las clases más pobres y su posterior acceso a la universidad. Sin embargo, con la publicación del denominado *Green Paper* en 1973, documento a través del cual se favorecía el chino como medio de instrucción en los colegios, se levantó una fuerte oposición por parte de los padres. El gobierno dio marcha atrás y en 1974 publicó el *White Paper* que, como Bolton (2003: 95) lo denomina, estableció una política de *Laissez-faire*, es decir, cada director de colegio era libre de decidir en qué lengua se impartirían las clases de su centro. Según el autor, es muy significativo que esta política educativa se implantase en el periodo en el cual el sistema educativo del Hong Kong moderno se estaba creando. En 1980, las clases privilegiadas empezaron a enviar a sus hijos a estudiar a países europeos y a Estados Unidos. Todos estos cambios promovieron la posibilidad del acceso a la educación y al aprendizaje del inglés a personas que antes lo habían tenido vetado. La proporción de estudiantes universitarios pasó de ser un 2-4 % en los años ochenta, a un 17 % en 1996. En 1989, el gobierno financió la creación de una nueva universidad de ciencia y tecnología. Así pues, hacia finales de los años 90 había ocho universidades locales. En todas ellas, exceptuando la *Chinese University of Hong Kong*, el inglés es la lengua dominante en la actualidad, tanto en las clases como en los textos.

En 1997 Hong Kong dejó de ser colonia británica y se convirtió en una región con una administración especial (Ghai, 1997). Hong Kong se había transformado de un territorio colonial a un centro de negocios y finanzas con gran liderazgo internacional. Paralelamente, la lengua inglesa se había convertido en la lengua franca internacional, por esta razón, numerosos ciudadanos chinos se sentían atraídos por su aprendizaje. A pesar de su creciente uso entre los habitantes de Hong Kong, no parece que se haya producido una variedad del inglés. Según

Jenkins (2003: 136), se acepta su existencia pero un amplio sector de su sociedad, incluyendo profesores, permanecen muy aferrados a la corrección y a las normas británicas.

En cuanto a la oficialidad de las lenguas, debemos resaltar el hecho de que no fue hasta 1974 cuando el chino fue reconocido como lengua co-oficial, con el *Official Languages Ordinance*. Durante el periodo de dominación británica, la lengua inglesa era la que ostentaba el estatus de lengua oficial del gobierno y de las leyes, siendo, como hemos visto, la más utilizada en la educación secundaria y en la universitaria. Hacia 1997, cuando se llevaban a cabo las negociaciones para la independencia definitiva de Hong Kong, la posición de la lengua china se fortaleció con la publicación del artículo 9 de *The Basic Law of the Hong Kong Special Administrative Region*, el cual decía lo siguiente: “In addition to the Chinese language, English may also be used as an official language by the executive authorities, legislative and judicial organs of the Hong Kong Administrative Region” (Chinese Government, 1992).

Ya en 1995, el gobierno había anunciado que su propósito era crear una política por la cual todos los funcionarios del estado fueran bilingües en inglés y chino además de trilingües en inglés, cantonés y putonghua (mandarín), una política lingüística que sigue en vigor en la actualidad. Pero la realidad actualmente es que el cantonés es más utilizado que el putonghua o mandarín. Existe una pugna entre estas dos lenguas, ya que la República Popular China promueve el uso del mandarín a toda costa, pero sin embargo, es el cantonés la lengua que realmente se habla en Hong Kong. Es curioso que esa pugna no exista con el inglés. La política lingüística del gobierno de la República Popular China no admite el uso de dialectos regionales, siendo el cantonés considerado como tal.

Como se ha podido comprobar, en el recorrido histórico y socio-lingüístico de Hong Kong, las políticas lingüísticas en esta área han sido muy controvertidas. En la actualidad, la situación se mantiene de igual manera, como Bolton (2003: 98) indica, aunque el gobierno actual asegura que el inglés se encuentra al mismo nivel que el cantonés, la realidad es que muchos ciudadanos piensan que al considerarse una lengua extranjera no goza realmente de ese privilegio.

En otro orden de cosas, al gobierno le interesa mantener y mejorar el nivel de inglés, ya que su uso proporciona un estado de prosperidad económica y un estatus importante como centro internacional de negocios. El rápido crecimiento de Singapur y Shangai le está haciendo la competencia a Hong Kong y esto es algo que quieren evitar como sea. La situación política y

económica de Hong Kong se encuentra en un cruce de caminos, como se deduce de las palabras de Evans (2010: 153) citando a Graddol (2006) y a Lu (2008):

In the past three decades, the status and functions of English in the professional World in Hong Kong have been influenced by two apparently divergent forces: globalisation and decolonisation. Whereas the former, the increasing interdependence and integrations of economies and economic activity, would point to a significant expansion in the role of a language which is at the heart of many globalization mechanisms (Graddol, 2006), the latter, Hong Kong's political and economic reintegration with a resurgent China, may point to a slight contraction in the role of English vis-à-vis Cantonese, written Chinese and particularly Putonghua, the putative rival of English as a global language in the 21<sup>st</sup> century (Lu, 2008).

Hong Kong es un punto de encuentro tanto cultural como económico en Asia y sirve de nexo entre Europa y China. Aunque pertenezca a China en la actualidad, sigue manteniendo su identidad propia. En conclusión, las variedades del inglés en Asia han ganado aceptación en sus propios países en los últimos veinte años, como ha sucedido en la India, en Pakistán, en Malasia, en Singapur, en Filipinas en los últimos veinte años. Sin embargo, en Hong Kong no se ha aceptado la variedad del inglés dentro de sus propias fronteras. Aún así, numerosos estudiosos (Tongue y Waters, 1978; Chan y Kwok, 1985; Taylor, 1989; Carless, 1995; Joseph, 1997, Bolton y Kwok, 1990; Pennington, 1995; Benson, 2000; Bolton, 2003) sí lo consideran como una variedad más de la lengua inglesa con sus características distintivas en los diferentes niveles de la lengua: léxico, sintaxis, fonología, etc.

Como hemos explicado en las anteriores variedades, las características más destacables de la variedad del inglés de Hong Kong se clasifican en:

- Fonología y fonética
- Morfología y sintaxis
- Léxico

Como hemos hecho antes, no profundizaremos en el primer nivel, ya que el análisis de nuestro corpus es del discurso escrito. En primer lugar nos vamos a referir a los rasgos léxicos del inglés de Hong Kong, según los explica Bolton (2003: 212-213):

- La formación o invención de palabras nuevas, como por ejemplo, *canto-pop* (Cantonese pop music), *Chinglish* (Chinese English).

- Algunas palabras surgen por analogía con otras, por ejemplo:  
*Floormat* y *groupmate*, por analogía con *classmate*; *mini-hall*, *mini-flat* por analogía con *mini-bus*.
- También se crean palabras producto de las abreviaciones de otras: *Aircon* de air conditioner, *autopay* de automatic payment, *O camp* de orientation camp. Las abreviaciones son muy comunes en el inglés de Hong Kong. El uso de siglas es también muy frecuente: *ABC* American –born Chinese, *AO* Administrative Officer, *BBC* British-born Chinese, *BNO* British National Overseas, etc.
- Por supuesto, la formación de palabras compuestas crea muchísimas palabras nuevas en el inglés de Hong Kong. Son muy comúnmente utilizadas las palabras compuestas con la palabra Chinese: *Chinese banquet*, *Chinese brócoli*, *Chinese calendar*, *Chinese carácter*, *Chinese chess*, etc. Con la palabras dragon y mandarin : *mandarin fan*, *mandarin collar*, *dragon boat*, *dragon dance*, etc.
- Además de la creación de palabras nuevas, la segunda gran categoría léxica es la de los préstamos lingüísticos o calco de las lenguas chinas: *Cha siu* (barbecued pork), *cheongsam* (a type of dress), *gwai lo* (foreign devil). También es digno de mención las traducciones literales de expresiones del cantonés como: *return back* (waan4 faaan), *laziness is my largest enemy*, etc. También existen préstamos de otras lenguas asiáticas: *bungalow*, *mango*, *monsoon*, etc., de esta forma se demuestra también la constante influencia entre las lenguas de esta parte del planeta, debido al movimiento de personas durante la época colonial y actual.
- La tercera categoría léxica es la utilización de palabras procedentes del inglés americano y británico pero que han modificado su significado en Hong Kong: *aunty* (a female friend of the family), *bath* (a shower or a bath), *cheeky* (arrogant, provoking violence), *chop* (a seal or stamp, wound with a large knife or cleaver).
- El uso de palabras arcaicas no es tan frecuente pero existen algunos ejemplos como los siguientes: *conservancy* por conservation, *Madam* es utilizada para mujeres con autoridad: *Madam Lee*.

En cuanto al nivel gramatical, podemos distinguir los siguientes rasgos característicos:

- La distinción entre nombres contables e incontables no es tan marcada como en las variedades denominadas nativas. De esta forma, palabras incontables en el inglés británico o americano se convierten en contables en el inglés de Hong Kong: *aircrafts, equipments, staffs, alphabets, audiences*, etc. (Kirkpatrick, 2007: 143).
- Otra característica muy marcada en el nivel gramatical es la de la omisión de la utilización de tiempos verbales, siendo usados adverbios para expresar la temporalidad: *Luckily I am now a university student, I decide not to join the activities I am interested in.*
- La utilización de la voz pasiva también registra variación, por ejemplo: *In the Reading Section, it divided into three parts...*, donde uno de los elementos que componen la voz pasiva se omite.
- Un rasgo muy marcado es la omisión del uso de los artículos, especialmente el artículo definido.

Como hemos podido comprobar, el uso y la evolución del inglés en Hong Kong difiere mucho de las anteriores variedades descritas, el inglés de la India y el inglés de Pakistán. No obstante, a pesar de ser utilizado en menor medida que los mencionados países, el uso del inglés es cada vez más frecuente. Esto es debido, en gran medida a su situación de centro internacional de negocios y comercio, que sirve de nexo en muchas ocasiones entre occidente y oriente. Los habitantes de Hong Kong, son conscientes de la importancia de la que goza el inglés en el mundo globalizado. Además de haber un elevado número de expatriados de diferentes países que viven en Hong Kong y cuya lengua franca es el inglés.

#### **5.4. El inglés de China**

Según la investigación sociolingüística llevada a cabo por Bolton (2003), el primer contacto entre los británicos y los chinos se produjo en 1637, con la expedición *Weddell*, de acuerdo con el relato de Peter Mundy. Sin embargo, existen indicios de que un pequeño número de expedicionarios británicos podrían haber visitado Macau en el periodo entre 1580-1620 (Coates, 1978). No obstante, los primeros europeos que establecieron asentamientos comerciales en Asia no fueron los británicos sino los portugueses. Construyeron un fuerte en Cochin, India en 1503, conquistaron Goa (India) en 1510 y derrotaron a los musulmanes en Malacca (hoy Malasia) en 1511. Estos fueron enclaves comerciales muy importantes que concentraban el tráfico de mercancías con el sur

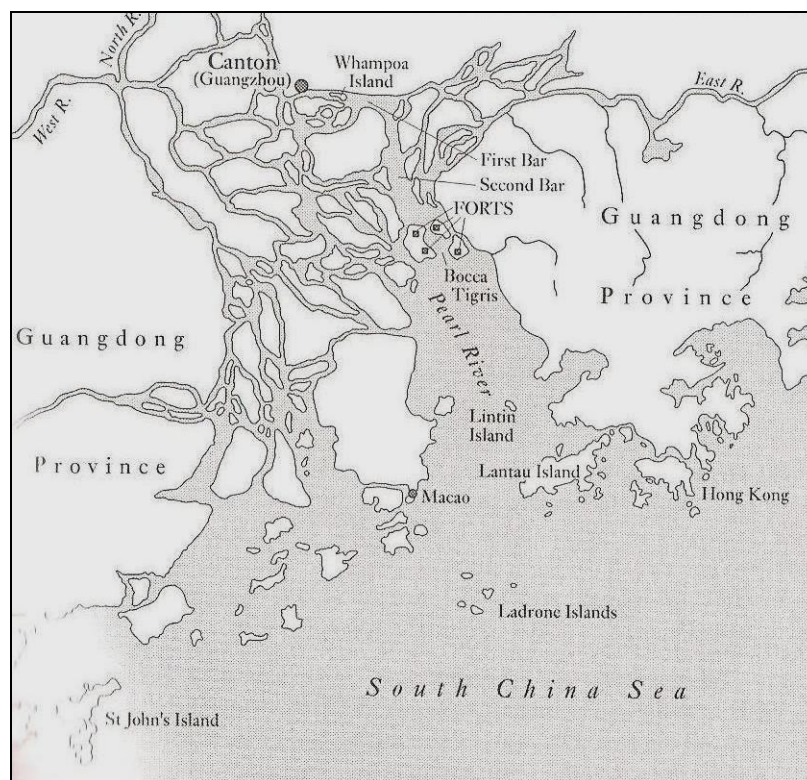


de China, con Cantón (Guandong) y Fukien (Fujian). Así pues, los portugueses iniciaron el comercio en toda la zona del sudeste asiático.

La primera expedición británica estaba formada por cuatro barcos y dirigida por el capitán Weddell, que llegó a Cantón (Guangzhou) y a Macao en 1637. La narración de Peter Mundy, un comerciante inglés que escribió sus diarios, que fueron publicados como *The travels of Peter Mundy*, fue de gran utilidad para contextualizarnos en la época. Como subraya Bolton (2003: 126), dichos relatos son de gran valor para situarnos en el entorno de la época y para informarnos de las relaciones comerciales que allí acontecieron entre los primeros británicos, los portugueses y los chinos. Estos encuentros internacionales no fueron tan satisfactorios como uno se imagina, de ahí las palabras de Bolton (2003: 126):

The Portuguese in South Asia and East Asia were currently at war with the Dutch, and the British were also perceived as a treat. Portuguese trade with China was restricted to Macao, with only occasional visits to Canton, and the Portuguese were worried that the arrival of British merchantmen would disrupt or displace their trading monopoly in the region.

Los distintos países europeos querían hacerse con el monopolio de la zona y por ello combatían entre ellos para lograr la supremacía. Mientras tanto los chinos veían a los ingleses como piratas del mar peligrosos. A continuación se muestra en la Figura 12 un mapa de la zona de la costa China de Macao y Cantón en el siglo XVII:



**Fig. 12.** El mapa muestra la zona de Macao y Cantón en el siglo XVII (Bolton, 2003: 127).

Los relatos de Peter Mundy también describían los usos y costumbres de los chinos, la forma de vestirse, la cocina, el comercio de la seda, la porcelana y el oro. Además, explicaba la forma de vestir de las mujeres y las diferentes clases sociales que allí existían. Todo ello es muy ilustrador, aunque hay algo que resulta extraordinariamente interesante y es cuando se refiere al té. Se trata de la primera alusión de un británico a la bebida que entonces se denominaba *Chaa*, curiosamente así sigue denominándose en portugués. Unas ‘hierbas’ que dominarían el comercio en los dos siglos siguientes y que involucrarían a los británicos en el contrabando del opio dirigiéndoles a la eventual anexión de la isla de Hong Kong en 1842.

En todo este contexto de exotismo, la lengua suponía una traba muy importante a la hora de la comunicación. Algunos portugueses habían aprendido el chino e incluso habían contraído matrimonio con mujeres chinas, lo cual facilitaba su comunicación. Pero los británicos se encontraban perdidos a la hora de negociar con los comerciantes y los oficiales chinos y debían recurrir a intérpretes que habían huido de los portugueses, de esta manera, se comunicaban con los intérpretes en portugués.

Bolton (2003:138) hace referencia al ‘inglés asiático’ de Mundy, ya que en sus narraciones se han encontrado los primeros ejemplos de un temprano *pidgin*, que incluye una mezcla de palabras de origen chino, portugués, español, francés, latín y otras lenguas del sur de Asia. A continuación se exponen algunas palabras del glosario:

*Bamboo* - *bamboo* (origen de Java)

*Chaa* – *tea* (origen Cantonés)

*Chacculate* – *chocolate* (origen mejicano)

*Chopstickes* – *chopsticks* (origen inglés)

*Hurricanes* – *Hurricane* (origen español y portugués)

Muchas de las palabras que aparecen en el glosario de Mundy pertenecen al campo semántico del comercio y del mar, ya que principalmente éste era el motivo de la comunicación entre los británicos y los chinos, al igual que otras comunidades asiáticas. He aquí algunos ejemplos más:

*Champin* – *Tsungping, a high ranking Chinese maritime* (origen cantonés)

*Coiveall* – *Capital, in the financial sense* (origen latino y francés)

*Keby* – *a broker, from the Port* (origen portugués)

*Lanteea* – *A cargo boat* (origen español y portugués)

*Quan Moan* – *Kwan mun, customs officer* (origen cantonés)

*Rialls* – *a silver coin* (origen español)

*Sarsenette* – *a type of soft silk* (origen anglo-francés)

*Somars* – *a small ship* (origen portugués)

*Taccassy* – *a rank of Chinese judge* (origen cantonés)

Evidentemente, muchas de estas palabras cayeron en desuso con el paso del tiempo. Esta primera etapa de contacto entre los británicos y los chinos no fue muy fructífera, ya que, al final de la expedición *Weddell*, los británicos fueron expulsados de Macao por los portugueses y los chinos, quienes consideraban a los ingleses como *redhaired barbarian*. Desde aquel momento en adelante se les consideró como los europeos más violentos y peligrosos. Cien

años después, la Compañía de las Indias estableció un comercio regular con base en Cantón, como hemos descrito en el apartado del inglés de Hong Kong. No obstante, los oficiales del imperio chino seguían viéndoles como bárbaros comparables a las tribus bárbaras del Asia Central. Como ya se revisó en el apartado del inglés de Hong Kong, a partir de 1709 La Compañía de las Indias se consolidó como *The United Company of Merchants of English Trading to the East Indies*, y el comercio del té floreció. El siglo XVIII y parte del XIX fueron testigos de la evolución del comercio en esta área y al mismo tiempo de dos guerras del opio.

Los chinos establecieron sus reglas del juego en el comercio y éstas debían ser cumplidas por los europeos, incluidos los británicos. Así pues, un grupo de mercaderes chinos fundó un cuerpo de comerciantes denominado el *Co-hong*, que pronto controlaría el monopolio comercial con los europeos. En 1720, este cuerpo publicó una serie de normas que establecían las directrices para el comercio en Cantón hasta la primera guerra del opio contra los británicos en 1839. Aún así, las normas prevalecieron y los comerciantes europeos sólo podían comerciar con el *Co-hong* y en el puerto de Cantón.

En otro orden de cosas y tal como ocurrió en Hong Kong, los misioneros también tuvieron que ver en el desarrollo del *Chinese pidgin English*. Entre los años 1807 y 1830, misioneros protestantes americanos y británicos llegaron a Macao y Cantón. Robert Morrison, misionero británico enviado a China por la *London Missionary Society*, fue el primero en llegar a Cantón en 1807. Los misioneros americanos Elijah Coleman Bridgman y Samuel Wells Williams trabajaron en la fundación del *Chinese Repository*, la primera revista de estudios chinos que incluía artículos referentes a diversos aspectos de la vida en China, como su historia, geografía, lengua y literatura, comercio, etc. Tanto los misioneros británicos como los americanos fueron muy prolíficos en su producción de publicaciones, incluyendo diccionarios y gramáticas de la lengua china, la traducción de la Biblia al chino, la historia de los EEUU en chino, etc. En 1836 y 1837 Williams publicó dos artículos sobre el *Chinese pidgin English*, en la arriba mencionada revista. Para los misioneros, el uso de este dialecto se debía a la imposibilidad de comunicación entre los nativos y los extranjeros. Los británicos en general, exceptuando los misioneros, no aprendían la lengua del lugar, por un lado por la falta de gramáticas y libros que la explicaran y, por otro, por la falta de interés. Resultaba más fácil comunicarse con ese dialecto, como lo muestran las palabras del misionero americano Williams (1836: 430) citado por Bolton (2003: 151):

The foreigner on landing hears a dialect spoken, which with an entire disregard of all rules of orthography and syntax, he can soon 'pick up', which is sufficiently extensive for commercial intercourse with the Chinese. With this jargon he soon becomes well acquainted, and in short time looks upon the acquisition of the language as a useless as well almost impracticable undertaking. Indeed, of so long standing is the gibberish spoken here, that few ever think of paying any attention to the Chinese.

También Williams hacía referencia a que los propios chinos aprendían esta jerga para poder comerciar con los europeos. El misionero también decía que en Macao se utilizaba más la jerga mitad chino mitad portugués y en Canton, Whampoa y Lintin: "English is the only medium of conversation between foreigners and Chinese" (Williams, 1836: 430).

A pesar de tener profundo interés por la cultura y lenguas chinas, los misioneros consideraban primordial que los nativos aprendiesen inglés, como se desprende las palabras de Bridgman (1833: 2):

[...]The desirability of spreading knowledge of the English language because, as in India, 'by acquiring a knowledge of the English tongue, the native youth will be introduced into a new World. He will live and move in a new atmosphere. He will be acted upon by new influences. He will see and feel a thousand new relations.

Así como también consideraban interesante que los británicos aprendieran la lengua china para poder ejercer mayor poder sobre los chinos. Bolton (2003: 156) matiza que en aquel momento, la jerga que se utilizaba era denominada *Canton English* y el término *pidgin English* no surge hasta mucho más tarde, hacia 1859. El glosario de Morrison que anteriormente se mencionó, en el apartado de Hong Kong, es reflejo de esta jerga de la época y, según indica Bolton (ibid), hay palabras que todavía se escuchan de cuando en cuando en Hong Kong en la actualidad, como:

*can do - will it do?*

*Chop - a seal or stamp, anything sealed or stamped*

*chop-chop - fast, quick*

*hong - a factory, a place for commercial business*

*Joss - a god, a religious term*

*nex' day - the day after tomorrow*

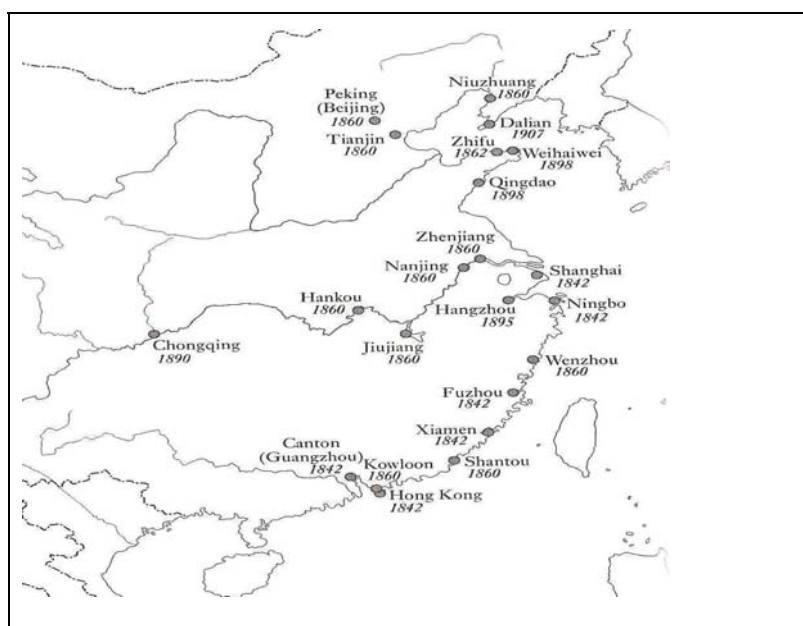
*piece - numerical particle*

*Quisi – bad, inferior*

*Side – a position, situation, place.*

*welly few – very few, very little*

Después del Tratado de Nanking (Nanjing) y al término de la primera guerra del opio, el uso del *Canton English* se extendió hacia el norte de China y se abrió el comercio a los británicos y a otros europeos en puertos como Amoy (Xiamen), Foochow (Fuzhou), Ningpo (Ningbo) y Shanghai. Según cuentan los estudiosos de la época, era la única forma de comunicación entre los nativos y los extranjeros. Aunque también dicen que entre los nativos de diferentes ciudades también era práctica habitual, ya que, en algunos casos no se entendían entre sí por ser de diferentes provincias. A continuación se muestra, en la Figura 13, un mapa de la zona costera donde se desarrollaba el comercio en la época:



**Fig. 13** Mapa de los puertos y ciudades de comercio en China de 1842 – 1846 y su apertura hacia el oeste (Bolton, 2003:160).

Según precisa Bolton (2003), tras el tratado de Tientsin (Tianjin), en 1862, se abrieron a los misioneros, comerciantes y oficiales coloniales numerosos puertos y enclaves tierra adentro. Casi en el cambio de siglo, más de cuarenta puertos se habían abierto a los poderes occidentales y un sistema de semi-coloniano se había establecido. A pesar de la expansión del uso del *pidgin English* hacia el norte de China, éste seguía sin ser aprobado por los británicos que no vivían en

China, pensando que era un envilecimiento de la lengua. La situación de esta jerga o dialecto en aquel momento era importante para la comunicación diaria entre los ingleses residentes, sus sirvientes y empleados, así como entre los mercaderes y visitantes de otras naciones como los holandeses, los franceses y los alemanes. Hacia principios del siglo XX comenzó a haber un mayor acceso a las variedades educadas del inglés por parte de los chinos a través de los colegios misioneros y algunos hablantes chinos empezaron a rechazar el *pidgin English*. Por lo tanto, el factor clave para la adquisición de una variedad más estándar de la lengua inglesa fue el acceso a la educación, tanto en Hong Kong como en China. Los misioneros protestantes jugaron un papel importante en este menester. Como hemos visto anteriormente, muchos de estos colegios fueron fundados en Hong Kong, aunque también en China se abrieron colegios como en Ningbo (1810), Shanghai (1835) y Dengzhou (1866). De acuerdo con Bolton (2003: 192), hacia 1877 existían ya veinte escuelas misioneras más. A principios del siglo XX, éstos se multiplicaron y en 1911 había más de tres mil, instruyendo a unos 139.000 estudiantes (Deng, 1997: 32). Es obligado mencionar también la expansión de la educación superior, por lo que unas dieciséis facultades y universidades se establecieron y eran dirigidas por misioneros occidentales, entre 1890 y 1949. Sin embargo, con el establecimiento de la República Popular China, muchas organizaciones misioneras se trasladaron a Hong Kong y con ellas los colegios y universidades.

De acuerdo con Bolton (2003) el *pidgin English* siguió hablándose entre los comerciantes y también entre los sirvientes en Hong Kong en los años 50 y 60. Como indica Bolton (2003), se puede establecer una línea de desarrollo histórico que empezó con el *Canton English* y continuó con el *China Coast English* o *Anglo Chinese* y que se ha extendido hasta el inglés contemporáneo de Hong Kong. Ya en 1934, miles de chinos hablaban un inglés más educado y se ofendían si alguien se les dirigía en *pidgin English*.

Así pues, en 1944, había un claro declive del uso del *pidgin English*. Tras la segunda guerra mundial y la formación de la República Popular China, en 1949, la situación comercial en China cambió radicalmente. Después de la revolución de 1949 hasta nuestros días, las políticas educativas en China han variado de un extremo a otro dependiendo de los caprichos políticos de cada momento. Por ejemplo, inmediatamente después del establecimiento del gobierno comunista, el ruso sustituyó al inglés como lengua extranjera de aprendizaje en los colegios y universidades. Hacia los años 60, con el decline de la Unión Soviética, el inglés se volvió a introducir pero poco después fue nuevamente rechazado por la revolución cultural de 1966–1976, que provocó una

situación de miseria tanto psíquica como física en toda la nación y tuvo consecuencias desastrosas. Muchos profesores de inglés sufrieron ataques de todo tipo, acusados de espionaje y de conspirar contra el régimen. Tras este desastroso periodo y junto con el final colonial de Hong Kong, se dio paso a una época en la que se deseaba implementar la modernización en China, basándose en la agricultura, la industria, la defensa, la ciencia y la tecnología. Al inicio de la década de los 80 se le volvió a conceder cierta importancia al inglés en el sistema nacional de educación, sobre todo en los colegios y universidades de las ciudades, considerándolo como el idioma de la comunicación internacional y del comercio (Ross, 1993: 40). Sin embargo, el gobierno justificaba su aprendizaje por motivos políticos como se muestra en el siguiente extracto del plan de estudios de 1978:

English is a very widely used language throughout the World. In certain aspects, English is a very important tool: for international class struggle; for economic and trade relationships; for cultural, scientific and technological exchange; and for the development of international friendship..... To uphold the principle of classless internationalism and to carry out Chairman Mao's revolutionary diplomacy effectively, we need to nurture a large number of 'red and expert' people proficient in a foreign language and foreign disciplines. (1978 English syllabus, en Adamson y Morris, 1997: 17)

Más tarde, en 1982, el objetivo del gobierno era establecer una política de apertura al capitalismo y el inglés era una vía primordial para ello. Por ello, se revisó el plan de estudios y el énfasis se hacía más en los motivos económicos que en los políticos. Posteriormente, en 1993, se volvió a revisar alegando que una lengua extranjera es un instrumento muy importante para la relación y comunicación con países extranjeros y apoya sustancialmente al desarrollo de la economía nacional e internacional, a la ciencia y a la cultura..

La adhesión de China a WTO (*World Trade Organization*), dio un impulso al aprendizaje del inglés, así como las Olimpiadas de 2008, que promovieron todavía más el afán de hablar la lengua inglesa. En la actualidad, la importancia de la lengua inglesa como medio de instrucción está creciendo y desde 1993 hasta el presente un amplio número de facultades y de universidades lo han implementado como medio de instrucción. Podemos citar el ejemplo de Guandong, donde se pretendía establecer cursos en inglés o la zona del delta del río Pearl para equipararse a sus vecinos de Hong Kong y otros países del sudeste asiático (Yow, 2001: 2). También se han establecido cursos por todo el país para la obtención de certificados como el *TOEFL* u otros



diplomas de inglés comercial. El inglés ha visto incrementado su uso en campos profesionales como la medicina y la ingeniería (Zhao y Campbell, 1995).

El inglés está presente como segunda lengua en los medios de comunicación e incluso existen algunos periódicos y algunas revistas publicados en inglés, en ciudades como Beijing, Guangzhou y Shanghai. También hay libros en inglés disponibles en librerías, así como programas de radio o televisión para el aprendizaje de la lengua. Y, por supuesto, Internet ha abierto la comunicación y la conexión de China con el mundo, con el intercambio de correos electrónicos, que es cada vez más frecuente, aunque el gobierno chino tenga, por ahora, bloqueado el acceso a las redes sociales.

Otro factor a tener en cuenta en esta apertura al mundo y a la lengua inglesa ha sido la masiva movilidad de estudiantes chinos a otros países y especialmente a EEUU, e incluso un gran número de ellos consiguen la residencia y se quedan a vivir en esos países. Aquellos que vuelven a China para trabajar y establecerse utilizan todos sus conocimientos del inglés, sus experiencias para impulsar la modernización y el cambio en China. La actitud actual hacia el inglés es la más positiva de la historia de China (Kirkpatrick, 2007: 145).

Tras la revisión de los orígenes del inglés en China y en Hong Kong, podemos llegar a la conclusión que el inglés de Hong Kong tiene sus raíces históricas en el *pidgin English* que se originó en China.

De la misma manera que hemos descrito anteriormente en otras variedades del inglés, el inglés de China tiene unos rasgos distintivos que afectan a los siguientes niveles lingüísticos:

- Fonética y fonología
- Morfología y sintaxis
- Léxico y semántica
- Convenciones culturales

Como lo hemos justificado en apartados anteriores, no se analizarán los rasgos lingüísticos correspondientes a la fonética y a la fonología por tratarse de un análisis del discurso escrito. En primer lugar, nos referiremos a los rasgos característicos del nivel léxico del inglés de China:

- La transliteración proporciona una fuente rica en palabras al *Chinese English* o inglés hablado en China. La transliteración es un proceso mediante el cual, palabras de un alfabeto son representadas en otro alfabeto, es decir, palabras chinas se representan en el alfabeto romano según su sonido. Mostraremos algunos ejemplos:

*Putonghua* – modern Standard Chinese

*Tai chi* - physical exercise like shadow-boxing

*Feng shui* – Architectural tenets, literally wind-water.

- Las traducciones literales del chino al inglés son muy frecuentes, con términos como los siguientes:

*Things Chinese, four modernizations, 'one country, two systems',*

*Running dogs, paper tiger, to get rich quick is glorious, iron rice bowl, open door policy, etc.*

Muchos de estos términos proceden de conceptos culturales chinos.

- Las traducciones literales de las metáforas del chino son también usadas en el inglés de China:

*a flowered pillowcase* – someone who is good-looking but otherwise useless.

*you can't squeeze fat out of a skeleton* – you can't get blood out of a stone (Xu , 2005: 85)

- La formación de palabras compuestas como sucede en otras variedades es muy común, con palabras como *dragon* y *temple*, por ejemplo: *dragon boat, dragon dance, dragon pot, temple bell, temple altar, temple festival*, etc. (Butler, 2002: 153-154).

En cuanto al nivel gramatical podemos describir las siguientes características, según Zhang (2002):

- Una característica muy marcada en el nivel gramatical es la de la omisión de la utilización de tiempos verbales, utilizando adverbios para expresar la temporalidad: *Last year, I write a letter.* (Kirkpatrick, 2007: 148)
- La omisión del sujeto en la oración es también muy común en el inglés de China:

*Sometimes\_\_\_ just play basketball, and sometimes\_\_\_\_\_ go to Beijing library, and sometimes\_\_\_\_\_ just play some games on computer.*

- La omisión del uso de los artículos es muy frecuente en el inglés de China.
- En esta variedad del inglés no hay distinción clara entre adjetivos y adverbios.
- Es muy característica la ausencia de la *-s* final en la 3ª persona del presente simple.
- La construcción de la voz pasiva es también incompleta como ocurre en el inglés de Hong Kong.
- Como sucede en otras variedades no hay una distinción clara entre los sustantivos contables e incontables.

En cuanto a las convenciones culturales podríamos destacar las siguientes pautas utilizadas en el inglés de China:

- La forma del saludo y la despedida tienen unos rasgos propios:

Para el saludo:

*Have you eaten already?*

*Walk slowly slowly ho.*

Para la despedida:

*Slow slow walk aunty.*

- El uso de las denominaciones *aunty* y *uncle* para dirigirse a personas mayores es muy común: *I fell off my bike and two kind aunts (ladies) helped me to the hospital.*
- Algunas expresiones idiomáticas son muy distintivas del inglés en China (Kachru, 2006: 170):

*When you have free time, come to play (visit)*

*Playing away from home – having an extra-marital affair*

*Welcome Back to Zhuhai – sign at the airport meaning Goodbye and you are welcome to visit again.*

Después de haber examinado el origen, evolución y características del inglés de China, llegamos a la conclusión de que la lengua inglesa está adquiriendo una creciente importancia en la actualidad. Esta situación se justifica por varias razones; por un lado, la actual situación de China como potencia comercial en la economía mundial y que especialmente hace negocios con los países occidentales, Europa y EEUU, así como con los países vecinos del sudeste asiático, Singapur, Filipinas, Indonesia, Malasia y Tailandia, que también utilizan el inglés como vehículo de comunicación. Por otro lado, ha habido varios tanto factores históricos, culturales, sociales, económicos como políticos que han determinado el grado y el tipo de inglés hablado en esta zona del planeta.

Es digno de consideración también el hecho de que China y Hong Kong son un mismo país en la actualidad, aunque con diferentes sistemas políticos. La historia del inglés en estas dos áreas y sus funciones han sido distintas, especialmente en el periodo entre 1842 y 1997, cuando Hong Kong era una colonia británica, pero con un mismo origen. El crecimiento y la expansión de China en la economía mundial hacen que nos planteemos que el inglés hablado por los chinos posiblemente sea una variedad con mucho peso en un futuro no muy lejano.

Una vez descritas las cuatro variedades que se van a analizar en esta tesis doctoral, deseamos incidir en que este análisis se centra en las variaciones dentro de estas variedades, es decir, teniendo en cuenta los rasgos característicos de cada variedad de la lengua inglesa, vamos a determinar las variaciones que se observan en un género concreto, el inglés de los negocios y en un medio concreto, la correspondencia por correo electrónico. A continuación pasamos a detallar los objetivos que hemos propuesto para este estudio.

## **6. OBJETIVOS**



## 6.1. Objetivos generales

Tras haber revisado la bibliografía que nos ha ilustrado para la elaboración de la fundamentación teórica de la presente tesis doctoral, nos disponemos a exponer los objetivos que nuestro trabajo persigue, tanto los objetivos generales como los objetivos específicos.

Por un lado, el creciente uso del inglés como lengua franca en el contexto empresarial (Jensen, 2009; Nickerson, 2005; Seidlhofer, 2009; Graddol, 2006; Crystal, 2003; Kirkpatrick, 2007; Louhiala-Salminen, 2008) y, por otro, el también creciente uso del correo electrónico como medio de comunicación profesional e internacional, (Waldvogel, 2007; Kankaaranta, 2006; Gimenez, 2005; Nickerson, 1999) han motivado las hipótesis iniciales de la presente tesis doctoral.

Como hemos comentado a lo largo de los cuatro capítulos anteriores, la lengua inglesa es la lengua que sirve de vehículo en la comunicación de miles de hablantes no nativos (Widdowson, 1994; Crystal, 2003; Dalby, 2001; Jenkins, 2003 y Kirkpatrick, 2007), número que supera a las comunicaciones entre nativos como predijo Graddol (1997). Más concretamente, en el ámbito empresarial, el inglés es imprescindible para la comunicación internacional. Por lo tanto, consideramos muy importante que se lleven a cabo estudios sobre la forma en que los no nativos se expresan y redactan en inglés, y cómo se llevan a cabo negociaciones y transacciones comerciales a través del e-mail.

La globalización económica que estamos experimentando en el siglo XXI demanda una nueva percepción de la comunicación de los negocios a través de las diferentes culturas. Por esta y otras razones, la comunicación intercultural del contexto de los negocios está cobrando una importancia destacable, así lo indican Palmer-Siveira, Ruiz-Garrido y Fortanet-Gómez (2008: 9):

Intercultural Business Communications (IBC) applied to the teaching and learning for English has become one of the most important fields of research these thanks to recent developments in the Business World, such as the expansion of the EU and the growth of some Asian economies.

En Europa, el inglés es utilizado como lengua de comunicación en los negocios entre sus estados miembros y también se utiliza en otras transacciones con otros países tales como China o el Oriente Próximo (Scollon and Scollon, 1995). Una situación muy similar acontece en Asia, donde la lengua inglesa es la lengua vehicular en las relaciones internacionales, aunque el chino empieza a ganar posiciones como posible gran potencia económica que es (Pakir, 2004). En la actualidad

nos encontramos ante una situación en la que la lengua inglesa, como la hemos conocido hasta ahora, es decir, la variedad británica y norteamericana, empieza a cuestionarse, dando paso a otras variedades con amplia repercusión global.

La globalización de las comunicaciones y la globalización de las transacciones comerciales son dos aspectos de plena actualidad que afectan y, a su vez, se ven afectados por la lengua franca, el inglés. Como hemos explicado anteriormente, el uso de la tecnología y, con ello, el de las nuevas formas de comunicación humana, entre otras el e-mail, está favoreciendo que necesitemos una lengua común, el inglés, en el comercio internacional. Estas son las necesidades, pero ellas nos hacen plantearnos si esta comunicación está siendo efectiva a pesar de las diferencias culturales y los diferentes niveles de competencia lingüística de los hablantes no nativos. En el capítulo cinco hemos revisado solo algunas de las variedades del inglés que existen en la actualidad, pero en los ejemplos se ven reflejadas las diferencias que existen en la actualidad. Nuestra hipótesis inicial es que, además de las variedades ya detectadas, existen variaciones en los géneros, en concreto, en la forma de expresarse en el inglés de los negocios.

Siendo los escritores de diversas procedencias lingüísticas, pretendemos analizar la forma en que utilizan las diferentes variedades del inglés y cómo establecen la comunicación entre sí. De igual manera, nos proponemos averiguar de qué forma el contexto socio-cultural influye en la lengua y en la comunicación, ya que no estamos hablando sólo de un mero intercambio lingüístico sino de un intercambio cultural también. Por lo tanto, los objetivos generales del presente estudio se formulan en las siguientes cuestiones:

- ¿Está la globalización generando un inglés uniforme y homogéneo en el contexto de los negocios o, por el contrario, éste sigue teniendo variaciones dependiendo de la procedencia de sus hablantes?
- ¿Los hablantes no nativos de diferentes procedencias se comunican sin problemas, o los factores socio-culturales hacen de barrera en la comunicación a pesar de hablar una lengua común, como sugiere Jenkins (2003) con el conflicto de la inteligibilidad?
- ¿Es la normativa anglosajona la que rige en el contexto empresarial, o la lengua inglesa se adapta a las diferentes situaciones socio-culturales como señala Rivers (2008)?
- ¿Sucede lo mismo que en el mundo académico, donde el modelo a seguir es siempre el dictado por los países anglosajones como argumenta Kirkpatrick (2007)?



Nuestro propósito es dar respuesta a estas cuestiones con nuestro estudio y, al mismo tiempo, pormenorizar y detallar todas las variaciones que se encuentren en el análisis a través de la elaboración de unas plantillas.

Nos ha parecido pertinente comparar la comunicación mantenida entre personas de tan diferente bagaje cultural y étnico para poder responder a estas preguntas, puesto que la lengua inglesa se ha adquirido de forma distinta. Esta diferencia cultural y étnica influye en la forma de comunicarse y en la de redactar, debido a que el inglés que se habla en estos países tiene diferentes orígenes y ocupa diferentes posiciones dentro de la clasificación de hablantes de la lengua inglesa, como se explicó ampliamente en el capítulo sobre las variedades del inglés.

El inglés, hablado en los países que hemos descrito anteriormente, pertenece a diferentes realidades lingüísticas y, por lo tanto, se considera que se divide en las diferentes variedades del inglés del sur y del este de Asia (Kachru, 2005). Aunque nuestro análisis se centra en las variedades del inglés en los países asiáticos China, India, Pakistán y Hong Kong, entendemos el inglés como lengua global, por lo que consideramos que las variaciones que estudiamos también se pueden aplicar a otros países con características similares.

En la actualidad, las relaciones comerciales con los países del sur y del este asiáticos se están incrementando, ya sea porque las empresas occidentales trasladan sus fábricas y centros de producción a esta zona del planeta (Graddol, 2006: 36), especialmente India y China; ya sea porque se llevan a cabo transacciones comerciales con dichos países; o bien porque subcontratan servicios de todo tipo, como Graddol (2006: 34) señala:

One of the most notable features for globalisation has been the outsourcing of services to countries with cheaper labour costs. Global English has helped accelerate this phenomenon and give India a competitive edge.

Asimismo, en la actualidad existen una gran cantidad de empresas españolas que establecen relaciones de negocios con la zona del sur y del este asiático y del pacífico. Por lo tanto, hemos considerado muy interesante averiguar en qué afecta esto a la comunicación escrita en inglés, siendo ésta la lengua franca utilizada por ambas partes, ya que en el presente no existen muchos estudios de este tipo.

Numerosos son los investigadores, de diferentes campos, que opinan que es necesario llevar a cabo más estudios en el área de la comunicación escrita del inglés de los negocios, ya que es un

género de gran repercusión para la comunicación entre empresas (McCarthy, 1991; Bhatia, 1993; Connor, 1996; Graddol, 1997; Akar & Louhiala-Salminen, 1999; Wang & Aaltonen, 2005; Kankaanranta, 2006; Mateo, 2007; Loukianenko, 2008 y Rivers, 2008). Debemos añadir que existen escasos estudios sobre los e-mails como medio de comunicación en la empresa, sobre todo si se basa en un estudio de un corpus auténtico, como Nickerson (1999:35) lo explica:

[...] there has been little or no previous research on the nature of authentic electronic communication produced by non-native corporate users of English, or the reasons why English should be selected rather than the local language as the appropriate *code* in electronic business communication in multinational, multilingual settings.

Esto es debido, en la mayoría de los casos, a la dificultad en conseguir material auténtico para elaborar un corpus de documentos reales, ya que las empresas no lo consideran oportuno por cuestiones de confidencialidad: “In business settings, the problem of confidentiality has been widely recognised by researchers [...]” (Giménez, 2006).

En cuanto al estudio de género, hay autores como Kachru & Nelson (2006: 300-301) que opinan que, aún hoy en día, los estudios sobre género y análisis del discurso siguen dominados y determinados por las convenciones occidentales, aunque puntualizan: “In some areas, however, especially in advertising and business, genres writers are increasingly becoming sensitive to local traditions”. Kachru & Nelson, también expresan la necesidad de mayor investigación en esta área:

A great deal more research is needed to determine what role the cultural context plays in determining generic structures and innovations. As has been mentioned before, it may be that not all cultures share identical genres or generic structures

Estos autores se refieren así a las influencias culturales que ejerce el contexto en la redacción en inglés y en especial del inglés comercial. Por tanto, en primer lugar hay un vacío todavía en el área de estudio de la redacción de inglés de los negocios a través del e-mail y, en segundo lugar, también son escasos los estudios sobre hablantes no nativos en el ámbito empresarial.

## **6.2. Objetivos específicos**

A lo largo de la revisión bibliográfica de la fundamentación teórica, hemos destacado la importancia que otorgan muchos investigadores al contexto sociolingüístico. Por esta razón,

consideramos el estudio de dicho contexto sociolingüístico un objetivo principal en lo que respecta a los objetivos específicos.

Nuestro primer objetivo específico es detectar las variaciones que podemos encontrar en el nivel oracional. Para ello, nos centraremos en cuatro sub-niveles:

- a) El sintáctico, incluyendo aspectos como los tiempos verbales, los verbos modales, el artículo, etc.
- b) El léxico, analizaremos los cambios o variaciones de palabras en inglés.
- c) La estructura textual del e-mail y sus diferentes partes incluyendo, el número de párrafos, la organización de dichos párrafos, la distribución de la información, el saludo, la despedida, etc.
- d) Los objetivos comunicativos, desde un enfoque más socio-lingüístico, teniendo en cuenta los objetivos comunicativos (Bhatia, 1993) de los e-mails, y la influencia del contexto socio-cultural, nacionalidad, aprendizaje anterior del inglés, etc. siguiendo las sugerencias de Van Dijk (2000: 59). Pretendemos identificar los diferentes movimientos utilizados siguiendo la teoría de análisis de género de Swales (1990).

El segundo objetivo específico es clasificar estas variaciones dentro de los cuatro sub-niveles, para lo cual realizaremos una plantilla de detección de variaciones, pormenorizando en qué niveles de análisis se hallan mayor número de variaciones.

El tercer objetivo específico es analizar y detectar en el contexto del corpus utilizado las causas que han causado estas variaciones, es decir, hallar si existe influencia de la lengua materna e influencia socio-cultural en cualquiera de los cuatro niveles: sintáctico, léxico, de organización textual y de objetivos comunicativos.

El cuarto objetivo es averiguar si esta influencia impide la comunicación o, si por el contrario, la comunicación se desarrolla con normalidad a pesar de las diferencias culturales. Trataremos de identificar varios patrones lingüísticos en inglés de los negocios atendiendo a las influencias culturales y de la lengua materna, verificando si se siguen las normas anglosajonas sugeridas en los textos o si en la forma de redactar se presentan variaciones.

El análisis y estudio de esta tesis doctoral pretende solucionar algunas de las carencias señaladas por muchos autores, a través del análisis de un corpus auténtico mediante la elaboración de unas plantillas que estudien los niveles señalados anteriormente y nos aporten, después de su análisis, conclusiones que aporten a la lingüística nueva información sobre las variaciones de la lengua.

## **7. METODOLOGÍA**



En este capítulo describiremos las distintas fases del estudio. En primer lugar, empezaremos por introducir el análisis de corpus y sus herramientas y a continuación realizaremos una descripción del material. Como hemos comentado anteriormente, la realización de un estudio de estas características no es tarea fácil, ya que la compilación de un corpus empresarial real presenta barreras (Nickerson, 1999; Giménez, 2006). Sin embargo, hemos tenido acceso a material auténtico gracias a la colaboración de una empresa de exportación valenciana que nos ha facilitado el corpus para nuestro análisis. Por lo tanto, afirmamos que la elaboración del corpus es un aspecto esencial de esta tesis doctoral debido a la escasez de estudios y análisis de e-mails auténticos escritos por hablante no nativos de la lengua inglesa en el campo empresarial. En el siguiente apartado, presentaremos brevemente el campo de la Lingüística de Corpus así como sus ventajas e inconvenientes en el panorama actual de la Lingüística Aplicada.

### **7.1. El análisis de corpus y sus herramientas**

Para la investigación de cómo las personas utilizan la lengua, tanto en el discurso oral como en el escrito, existen métodos variados. En el estudio que nos ocupa centraremos nuestra atención en los estudios de corpus, ya que nos serán de valiosa utilidad para conseguir nuestros objetivos.

El enfoque de los estudios de corpus, en la actualidad, está basado principalmente en el análisis de grandes bases de datos que contienen ejemplos reales de la lengua archivados en un ordenador. Tradicionalmente, los estudios de corpus se basaban en el análisis y descripción de un conjunto de textos o extractos de la lengua como Hunston (2002: 2) señala:

A corpus is defined in terms of both its form and its purpose. Linguists have always used the word *corpus* to describe a collection of naturally occurring examples of languages, consisting of anything from a few sentences to a set of written texts or tape recordings, which have been collected for linguistic study. More recently, the word has been reserved for collection of texts (or part of text) that are stored and accessed electronically.

Por otra parte, Biber, Conrad & Reppen (1998: 1) explican que los estudios de la lengua pueden dividirse en dos áreas principales: los estudios de la estructura de la lengua y los estudios del uso de la lengua. Históricamente, los análisis lingüísticos se han centrado en el estudio de las estructuras pero, desde hace algunos años ya, existe una perspectiva diferente que es el análisis del

uso de la lengua. Desde dicha perspectiva, podemos investigar cómo los hablantes y escritores explotan los recursos de la lengua. Por lo tanto, esta perspectiva da más relevancia al estudio de la lengua utilizada de forma natural frente al estudio de su uso gramaticalmente correcto. Este planteamiento va en concordancia con esta tesis doctoral, ya que analizamos e investigamos las diferentes variaciones que los hablantes no nativos producen, lejos de juzgar si son gramaticalmente correctas desde el punto de vista de los hablantes nativos. El estudio del uso de la lengua va más allá del mero estudio gramatical y se plantea cuestiones tales como ¿Por qué una misma lengua tiene varias formas distintas de expresar una misma idea? o ¿Qué es lo que provoca que esto suceda? Investigando sobre estas simples cuestiones nos encontramos una vez más ante el contexto socio-cultural del hablante. Tal y como hemos explicado en el apartado de los objetivos, nuestro estudio intenta averiguar las diferentes formas que los hablantes de diversos orígenes y con un bagaje cultural muy distinto, tienen de expresar ideas dentro de un contexto tan específico como es el de los negocios.

En esta línea, los análisis de corpus son de gran ayuda al analizar amplias muestras de lenguaje escrito en un mismo estudio, presentando la posibilidad de hallar patrones de uso y analizando los factores contextuales que influyen en dicho uso. Las ventajas que ofrecen los análisis de corpus informatizados frente a los análisis manuales son su rigor y sistematización. No se fundamentan en datos anecdóticos, basados en la intuición, sino que tienen más fiabilidad, ya que los ordenadores pueden detectar variaciones que para el ojo humano pueden pasar desapercibidas. Hace años era inconcebible realizar estudios a gran escala por la imposibilidad de tener en cuenta tantos datos en un solo análisis. Sin embargo, el enfoque de los estudios de corpus brinda la posibilidad de procesar grandes cantidades de lenguaje teniendo en cuenta numerosos factores contextuales al mismo tiempo. Las características principales del análisis de corpus se exponen claramente en los siguientes puntos, como describen Biber, Conrad y Reppen, (1998: 4):

- It is empirical, analyzing the actual patterns of use in natural texts;
- It utilizes a large and principled collection of natural texts, known as “corpus”, as the basis for analysis;
- It makes extensive use of computers for analysis, using both automatic and interactive techniques;
- It depends on both quantitative and qualitative analytical techniques.



Para la realización de este tipo de análisis es fundamental el uso de ordenadores, que permiten analizar y detectar patrones complejos del uso de la lengua, así como el almacenamiento de grandes bases de datos, lo cual sería imposible hacerlo manualmente. De igual manera, los ordenadores proporcionan un análisis consistente e invariable que no se ve influido por el estado de ánimo o físico, como ocurre en el análisis manual. Sin embargo, no queremos decir que el análisis manual no sea válido, en contrapartida es capaz de realizar juicios lingüísticos que los programas informáticos no pueden. Por lo tanto, en nuestra opinión, la inter-actuación de ambos es una combinación ideal para llevar a cabo un análisis completo. Cualquier estudio de corpus viene dado por la intención de ampliar un estudio más intensivo y menos extenso de muestras de textos; es decir, todo investigador o lingüista ha llevado a cabo una investigación a menor escala para finalmente recurrir al estudio de corpus a mayor escala. Profesores e investigadores detectan a diario patrones de uso en diferentes contextos de la lengua y estos pequeños estudios conducirán a estudios mayores con el uso del análisis de corpus.

Según nos aclara Hunston (2002: 3), el corpus *per se* no puede hacer nada en absoluto, solamente ser una especie de almacén de la lengua usada. Sin embargo, las herramientas informáticas de análisis de corpus manipulan y reorganizan todo lo almacenado para realizar observaciones de todo tipo. Por lo tanto, no contiene información nueva, pero sí ofrece una nueva perspectiva de lo ya familiar. La mayoría de los programas de análisis de corpus disponibles procesan los datos de un corpus de tres formas: mostrando las frecuencias, señalando la fraseología e indicando las colocaciones de las palabras almacenadas. En primer lugar, el análisis de la frecuencia se refiere a que las palabras que contiene un corpus pueden estar organizadas por la frecuencia en que aparecen en dicho corpus, por ejemplo, la frecuencia en que aparece la palabra *will* en nuestro corpus de e-mails escritos en el contexto comercial. En segundo lugar, el estudio de la fraseología es el análisis que realizan los programas informáticos analizando muchos ejemplos de una misma palabra o frase permitiendo comprobar las regularidades de uso que pasan desapercibidas en su contexto habitual, por ejemplo, el uso de la expresión *looking forward to*, en ocasiones va seguida de un gerundio, en otras por un sustantivo, etc. En tercer y último lugar, podemos realizar un estudio de las colocaciones, es decir, las herramientas informáticas analizan la tendencia de algunas palabras a aparecer juntas en contextos determinados, por ejemplo, *to set up a business* es una colocación muy utilizada en el inglés de los negocios. Las colocaciones pueden estar formadas por un verbo y un sustantivo (como el ejemplo anterior), un adjetivo y un sustantivo, por ejemplo: *wide range*, etc.

McEnery y Tono (2006: 6) describen las ventajas de la utilización de ordenadores y programas informáticos para el estudio de corpus de la siguiente manera:

Machine- readability is a *de facto* attribute of modern corpora. Electronic corpora have advantages unavailable to their paper based equivalents. The most obvious advantage for using a computer for language study is the speed of processing it affords and the ease with which it can manipulate data (e.g. searching, selecting, sorting and formatting). Computerized corpora can be processed and manipulated rapidly at minimal cost.

Además de las ventajas arriba mencionadas, los autores añaden que el análisis informatizado permite posteriores y más extensos estudios de un mismo corpus. En otro orden, remarcaremos que la utilización del análisis de corpus debe trascender el mero recuento de rasgos lingüísticos, es decir, las técnicas cuantitativas. Es primordial que se incluyan también interpretaciones cualitativas de los patrones cuantitativos, ya que el objetivo en cualquier estudio debe ser razonar porqué se dan determinados patrones y profundizar en su raíz.

Este enfoque metodológico puede realizar análisis diferentes, desde análisis morfosintácticos (gramaticales) o léxicos, hasta análisis del discurso que superen el nivel oracional. Consecuentemente, es utilizado en multitud de estudios lingüísticos tales como lexicografía (Krishnamurthy, 2000; Partington, 2004), estudios gramaticales (Carter y McCarthy, 1999; Kreyer, 2003), estudios sobre variación (Biber, 1995; Hyland, 1999; Lehmann, 2002; Kachru, 2003; Carrió y Muñiz, 2010), estudios de análisis contrastivo (Altenberg y Granger, 2002; McEnery, Xiao y Mo, 2003), *EAP* (Luzon Marco, 2000; Hyland, 1998) análisis de registros, *ESP* y análisis de género (Bhatia, 1993; Swales, 1990) estudios de adquisición de una segunda lengua (Gavioli y Aston, 2001; Thurstun y Candlin, 1998; Conrad, 1999), estudios de traducción (Buyse, 2000, Bowker, 2001), estudios de semántica (Tongnini-Bonelli, 2001; Gilquin, 2003; Kaltenböck, 2003) estudios de pragmática (Jucker, Smith y Lüdge, 2003; Drave, 2002; McEnery, Baker y Cheepen, 2002), sociolingüística (Hunston, 2002; Holmes y Sigley, 2002, de Beaugrande, 1998) y de análisis del discurso ( Teubert, 2000; Johnson, Culpeter y Suhr, 2003; Koller, 2004).

Como Carrió (2002: 167-68) indica, el análisis de corpus se puede plantear desde dos perspectivas. Por un lado, considerando una perspectiva lexicográfica (Carter, 1998: 167; McCarthy, 2001: 125), como por ejemplo el proyecto COBUILD de la universidad de Birmingham, liderado por Sinclair, que ha incorporado herramientas informáticas a la clasificación y búsqueda de información léxica. Los logros más significativos de utilizar un corpus para el proyecto COBUILD son, por un lado,

que las citas son ejemplos del inglés que se utiliza comúnmente; por otro, que las diferencias entre el lenguaje escrito y oral o el inglés americano o británico se pueden almacenar separadamente. Asimismo, las frecuencias relativas de las distintas palabras se indican; también las técnicas de concordancia nos muestran las propiedades de la colocación de las palabras y por último, el corpus es revisado continuamente para incorporar las variantes del inglés de todo el mundo. A raíz del proyecto COBUILD han surgido otros como ELRA (European Language Resources Association); ICAME (International Computer Archive of Modern and Medieval English); The Oxford Text Archive; The Cambridge International Corpus; The British National Corpus; Linguistic Resources on the Internet; Centre for English Corpus Linguistics; el Corpus de l'IULA (C. Bach), etc.

Por otro lado, aplicar el análisis de datos reales a través de un ordenador, replanteando las reglas gramaticales y adaptándolas al uso real que se hace de ellas; ya que, como hemos apuntado anteriormente, por su uso masivo como lengua franca, la lengua inglesa está siendo influida por muchos aspectos como Internet. A través de un corpus, se pueden determinar las variaciones y evoluciones de la lengua al comparar producciones efectuadas en diferentes épocas o por diferentes hablantes. Las conclusiones que se extraen, o bien ratifican el uso que se hace de la lengua en contextos determinados, o bien llevan a concluir que ha habido una evolución o cambio, hecho que debe de verse reflejado en la enseñanza y aplicación de la lengua.

Aunque el uso del análisis de corpus está en pleno desarrollo, desde hace ya algunas décadas, todavía hay ramas de la lingüística aplicada, anteriormente mencionadas, que lo utilizan de forma limitada, ya que como hemos indicado anteriormente, el análisis de corpus informatizado tiene también sus restricciones como Hunston (2002) señala:

- No proporcionan evidencia negativa, es decir, no nos informan de lo que es posible o imposible, solamente si es frecuente o no:

Everything included in a corpus is what language users have actually produced. A corpus, however large or balanced, cannot be exhaustive except in a very limited range of cases. Nevertheless, a representative corpus can show what is central and typical in language. (Mc Enery, Xiao y Tono, 2006: 121)

- Un análisis de corpus puede producir resultados aunque rara vez da explicaciones de lo observado. Dichas explicaciones se desarrollan utilizando otras metodologías, incluida la intuición.

Las averiguaciones resultantes de un estudio de corpus se circunscriben a dicho corpus, no obstante el análisis de corpus a gran escala nos permite realizar generalizaciones sobre los hablantes o escritores que han producido dicho corpus.

Asimismo, Carter (1998: 233) también nos indica otros peligros provocados por la mala interpretación de los datos resultantes de un estudio de corpus:

Computer corpora allow access to detailed and quantifiable syntactic, semantic and pragmatic information about the behaviour of lexical items. There is little doubt that such corpora offer invaluable data for vocabulary materials development. But there are obvious dangers in using such data without carefully interpreting it as data and without careful assessment of the kinds of pedagogic criteria which might inform its use.

En la actualidad existen programas informáticos variados que son herramientas de análisis de corpus. A continuación se presentan aquellos que consideramos que podrían ser de utilidad para nuestro estudio y vamos a detallar los más frecuentemente utilizados.

*Concondancer*: Se trata de un programa de análisis textual que realiza concordancias que incluye las siguientes funciones:

- Índices y listas de palabras
- Frecuencias de aparición de palabras
- Concordancias
- Análisis de palabras clave
- Colocaciones
- Estadísticas sobre longitud de palabras
- Publicación de concordancia en la web

*WordSmith*: Se trata de un conjunto de programas para el análisis textual, desarrollado por Scott (2008) en la Universidad de Liverpool. A continuación se detallan sus usos:

*WordList*:

- Lista por orden alfabético
- Lista por orden de frecuencia de aparición
- Combinación de la lista por orden alfabético y por orden de frecuencia

- Posibilidad de comparación entre listas

*Concord:*

- Lista de palabras en contexto
- Identificación automática de las palabras que aparecen conjuntamente un determinado número de veces, colocaciones, etc.

*KeyWords:*

- Búsqueda de palabras clave

Describimos a continuación otros programas que consideramos para nuestro estudio, fueron *MonoConc Pro*, *ParaConc* y *TextWorks*.

*MonoConc Pro*: Es un programa para el análisis textual y sus usos son los siguientes:

- Realiza búsqueda de palabras, frases o partes de palabras, búsquedas en las etiquetas si el corpus está etiquetado, etc.
- Concordancias: ordenación primaria y secundaria en función del primero o segundo término a la derecha o a la izquierda, etc.
- Colocaciones

*ParaConc*: Es un programa para la realización de concordancias en corpus paralelos bilingües o multilingües y sus usos son:

- Realiza una alineación semiautomática de textos
- Búsquedas de textos, de expresiones regulares y de etiquetas, búsquedas paralelas
- Concordancias
- Traducciones
- Concordancias

*TextWorks* (Gil, Soler, Stuart y Candela, 2004): Se trata de un programa que consta de cuatro herramientas, dos de ellas son *Concondancer* y *Tagger*, herramienta de concordancia y etiquetador. Las otras dos son herramientas pedagógicas para ayudar a profesores y estudiantes, ya

que crean ejercicios y poseen una biblioteca virtual para estudiantes de inglés. A continuación detallamos su funcionamiento:

- Crea listas de palabras en su contexto. Estas listas se pueden ordenar alfabéticamente o por frecuencia de aparición.
- Prepara las listas y los cálculos estadísticos de palabras y textos, creando archivos nuevos de los originales que contienen los textos etiquetados.
- Prepara líneas de concordancias, resaltando la palabra clave en el centro separada ligeramente de las palabras que le preceden y suceden. Proporciona información estadística.
- Realiza búsquedas de patrones léxico-gramaticales o estructuras, no solamente para buscar colocaciones de palabras.
- Listas de etiquetas o *tags*:
  1. A string formed by one or various words: palabra + palabra
  2. A string formed by one or various tags: <tag> +<tag>
  3. A string formed by a combination of tags and words: palabra + <tag>, <tag> + palabra

## 7.2. Descripción del corpus utilizado

En este apartado describiremos, en primer lugar, la empresa que nos ha facilitado el corpus y su política de comunicación interna y externa y, en segundo lugar, describiremos el proceso de compilación del corpus y su posterior tratamiento.

La fuente de nuestro corpus de estudio procede de una empresa valenciana de manufacturación y exportación de maquinaria de alta tecnología para el tratamiento de telas. Dicha empresa se encuentra en un puesto muy alto del ranking de empresas en su sector, siendo considerada empresa líder en la fabricación y exportación de maquinaria láser aplicada al tratamiento textil mundialmente, por lo tanto, mantiene numerosos contactos internacionales. Su actividad está enfocada totalmente a la exportación, debido a que los centros de producción textiles se han

desplazado fuera de Europa, siendo sus principales clientes empresas manufactureras textiles. Además, la empresa posee centros de producción propios en Barcelona y Portugal.

La dirección general, así como la dirección comercial están ubicadas en Valencia. El departamento comercial está dirigido por el director comercial en la cima del organigrama y de él dependen los *area managers* (esta es la denominación de los directores de área en la empresa), que supervisan directamente, o a través de agentes, las ventas y negociaciones con los clientes en las diferentes partes del mundo. Además de contar con empleados propios, la empresa cuenta con la colaboración de expatriados y/o empleados locales en las siguientes zonas: Asia- Pacífico, India, Medio Oriente, Méjico, Centroamérica y EEUU, siendo en este momento la zona de Asia- Pacífico, India y Medio Oriente la de mayor crecimiento en ventas. Esta situación viene dada porque las producciones en la actualidad se han deslocalizado a esta zona del mundo, ya que en el sector textil el costo de la mano de obra repercute en gran medida sobre el precio final del producto, y la mano de obra en estos países es mucho más barata que en Europa o EEUU.

La maquinaria producida y vendida por esta empresa sustituye a la mano de obra poco cualificada en dichos países. El perfil de cliente que compra esta maquinaria suele ser el de grandes empresas con cientos y/o miles de trabajadores (desde 2.000 hasta los 50.000), que manufacturan y confeccionan prendas a bajo costo por lo que la alta producción compensa los bajos márgenes de beneficio por unidad. Dichas empresas trabajan a su vez para marcas reconocidas mundialmente como: *Gap*, *Levi's Strauss*, *Inditex*, *Wrangler*, *Ralph Lauren*, *H&M*, etc. Su mercado principal de exportación de maquinaria es los países del sur y del este asiático como son: China, India, Pakistán, Bangladesh, Malasia, Filipinas, Taiwán, Vietnam, Camboya, Indonesia, Tailandia. Sin embargo, también exporta a países de Oriente Próximo y norte de África: Egipto, Túnez, Marruecos, Turquía, etc.; o a América del Centro y Sudamérica: Honduras, Guatemala, República Dominicana, Colombia, Brasil, Argentina, así como a Norteamérica: Méjico y EEUU.

En esta empresa, el medio de comunicación indispensable entre empleados y clientes es el e-mail. Los correos electrónicos se envían, bien por medio del ordenador personal o bien por medio de dispositivos de teléfonos inteligentes inalámbricos. Estos sistemas, como hemos explicado anteriormente, permiten recibir el correo electrónico de forma inmediata a través de un móvil y se utiliza para navegar por Internet y hablar por teléfono. Son especialmente útiles para los profesionales que están fuera de su oficina. El e-mail se utiliza para la redacción de una amplia

gama de documentos dentro y fuera de la empresa con propósitos comunicativos diferentes, como se indica a continuación:

- Para la oferta y promoción de productos.
- Para la cotización de precios.
- Para decidir, informar, confirmar las condiciones de pago.
- Para dar instrucciones sobre cualquier cuestión.
- Para establecer plazos y fechas de entrega de los productos.
- Para informar, confirmar la forma de transporte y todos los detalles referentes a un envío (utilizando *incoterms*).
- Para informar y establecer los requisitos de instalación de las máquinas.
- Para la redacción de informes semanales.
- Para convocar una reunión.
- Para la organización de la agenda y el orden del día.
- Para invitar a ferias y exposiciones, etc.
- Para felicitar fiestas religiosas.
- Para agradecimientos por cualquier motivo.
- Para la elaboración de notas de prensa.

En el departamento comercial, todo el proceso de venta debe ser conocido y compartido por los diferentes empleados: director comercial, *area managers*, agentes comerciales, secretarias, empleados encargados de la logística, encargados de la producción, etc. Al tratarse de un trabajo en equipo, todos los e-mails deben incluir copia a todos los interesados, por lo que es una regla de la política de la empresa que todos los empleados implicados reciban todas las comunicaciones referentes al proceso de venta, existiendo así una cadena de mensajes en cada comunicación (Giménez, 2006). Asimismo, es obligatorio para todos los participantes en el proceso de la venta redactar un informe semanal de su actividad y remitirlo al director comercial, ya que la distancia física y horaria hace imposible la reunión en persona.



Por último, haremos referencia a la lengua franca utilizada por todos los empleados y personas relacionadas con esta empresa. La lengua común entre la empresa exportadora, el confeccionista de prendas, los agentes comerciales, los *area manager*, los directivos y el cliente final es el inglés. Teniendo en cuenta este dato, de ahí la importancia de la comunicación efectiva y clara, ya que cualquier mala interpretación o malentendido podría ocasionar un caos en el proceso de venta del producto. Todas las transacciones y negociaciones se llevan a cabo en inglés. Y como hemos resaltado anteriormente, todas las personas que intervienen en la comunicación diaria provienen de muy diversos contextos socio-culturales y nacionalidades teniendo como lengua cuya lengua de comunicación el inglés. A todos los empleados de la empresa se le exige tener algún certificado de nivel de inglés antes de incorporarse al equipo.

### **7.3. Compilación del corpus**

La recopilación de los e-mails se llevó a cabo a lo largo de un periodo de año y medio aproximadamente, entre los años 2008 - 2011. Los e-mails son una muestra de la comunicación mantenida entre varios empleados y clientes, en algunos casos, de la mencionada empresa de exportación de maquinaria de alta tecnología. Se recopilaron 30 e-mails de cada país involucrado en el estudio, con un total de 120 correos electrónicos, además también se recopilaron 50 informes semanales en total en forma de e-mail. El rango de los empleados que mantuvieron dichas comunicaciones va desde el director general, el director comercial, *area managers*, agentes comerciales (tanto nacionales como internacionales) hasta los clientes.

Como hemos explicado previamente, la empresa es española, pero tiene empleados de diferentes nacionalidades, de los cuales algunos viven en España, es el caso de los españoles, y otros viven en sus países de origen: China, Hong-Kong, India y Pakistán. No hemos considerado importante seleccionar unos determinados puestos en la jerarquía organizativa de la empresa sino que ha primado la comunicación constante entre los autores escogidos y su nivel de la lengua inglesa. Todos los participantes en la comunicación vía e-mail pertenecen al departamento comercial de la empresa y, por lo tanto, dependen de su director comercial y, a su vez, del director general. La comunicación entre las personas seleccionadas es constante y normalmente se trata de mensajes enviados internacionalmente aunque hay también algunos ejemplos de mensajes nacionales, siempre en inglés, que es la lengua mayoritariamente utilizada por todos los empleados en este departamento. Los e-mails son de comunicación interna en su gran mayoría pero también existen

algunos de comunicación externa cuando se trata de clientes. El e-mail es la forma de comunicación más utilizada dentro y fuera de la empresa, existiendo también encuentros cara a cara y comunicación telefónica. Sin embargo, esta última no es tan frecuente como la comunicación por medio del ordenador, aunque los participantes se encuentren físicamente cercanos, ya que consideran que la comunicación vía e-mail es más rápida y puede ser compartida por varios interlocutores al mismo tiempo, algo que con la comunicación telefónica no es posible. También realizan comunicaciones por video-conferencia de forma esporádica.

Nuevamente insistimos en la variedad de procedencias de los autores de los e-mails, pertenecientes a diferentes nacionalidades y, por lo tanto, son hablantes nativos de diferentes lenguas tales como: mandarín, cantonés, hindi y urdu. La empresa seleccionada también cuenta con la colaboración de empleados que son hablantes nativos de inglés, sin embargo, tras considerar su inclusión, decidimos que era más interesante realizar el estudio contrastivo entre hablantes no nativos solamente. La razón por la cual se tomó esta decisión es porque, desde el principio, hemos afirmado la falta de estudios sobre e-mails auténticos entre hablantes no nativos de la lengua inglesa y, por el contrario, existen numerosos análisis que versan sobre los hablantes nativos de la lengua inglesa. Uno de nuestros objetivos es verificar si la comunicación en inglés entre hablantes no nativos es satisfactoria y pormenorizar las variaciones que se encuentren. Por lo tanto, el análisis de mensajes entre hablantes nativos y no nativos de la lengua inglesa no sería fiel a nuestras intenciones y por ello decidimos no incluirlos en el corpus.

La política de la empresa dicta que los e-mails se deben almacenar en la memoria del ordenador por un periodo de tiempo, ya que en ocasiones la información que contienen puede ser presentada para confirmar o verificar cualquier circunstancia que demande aclaración. Así pues, los diferentes participantes estuvieron de acuerdo en compartir dicha información para nuestro estudio. Este almacenamiento temporal está en conexión con lo que Herring (2007) denomina *size of message buffer*, es decir, el tamaño del mensaje según el número de caracteres admitidos en un solo mensaje, en el corpus existen mensajes más largos sin límite de caracteres y mensajes más cortos porque han sido enviados a través de un teléfono móvil. El corpus está compuesto de e-mails tanto entrantes como salientes y algunos han sido reenviados también; por esta razón, ateniéndonos a la clasificación de Herring una vez más la transmisión del mensaje es de doble dirección, porque existe un diálogo entre los participantes, aunque en nuestra selección no siempre hemos escogido el mensaje saliente y entrante sobre una comunicación. La comunicación a través del ordenador

del correo electrónico es asincrónica, ya que en numerosos casos no es simultánea, debido a la diferencia en las franjas horarias entre los interlocutores. Los canales de comunicación a los que alude Herring son diversos, en nuestro estudio son dos: el ordenador personal y el teléfono móvil inteligente.

#### 7.4. Preparación y análisis del corpus

En el momento de seleccionar los e-mails que conformarían el corpus, fueron copiados a un documento de Word, como se aprecia en la Figura 14; posteriormente todos los e-mails compilados tuvieron que ser transformados a formato texto para que pudiera ser leído por la herramienta de análisis *TextWorks*, como se observa en la Figura 15. Se clasificaron en diferentes archivos con el nombre del país de procedencia y también se enumeraron con la finalidad de que pudieran encontrarse fácilmente en el corpus. Finalmente se eliminaron algunos nombres propios, así como se cambió el nombre de la empresa siendo denominada en nuestro estudio *Laser Company* por motivos de confidencialidad. A continuación se presenta el ejemplo 1 en la Figura 14, donde se muestra un mensaje de correo electrónico original completo:

**India 1**

**De:** Sai Navneethan [mailto:sai@gfk-laser.com]

**Enviado el:** viernes, 23 de julio de 2010 10:51

**Para:** 'Mahesh Hirdaramani'; 'Aroon Hirdaramani'; 'Rakhil Hirdaramani'; 'Saman Premasiri'

**CC:** 'JM'; 'J.'

**Asunto:** PRIZE AWARDED TO LASER COMPANY-THANKS TO OUR BUSINESS ASSOCIATION

KIND ATTN MR MAHESH HIRDARAMANI/MR AROON HIRDARAMANI/MR RAKHIL HIRDARAMANI/MR SAMAN PREMASIRI & TEAM HIRDARAMANI COLOMBO

C.C MR J.M. /MR J.-LASER COMPANY SPAIN

Many thanks for our business association

Your business has taken us to this pedestal of success

We work more harder to keep our business association intact

We are keen to grow in our association for our shared future growth

Enjoy the mail from MR S. below

BEST REGARDS,  
SAI

**Figura 14.** Ejemplo 1. E-mail de India en formato original.

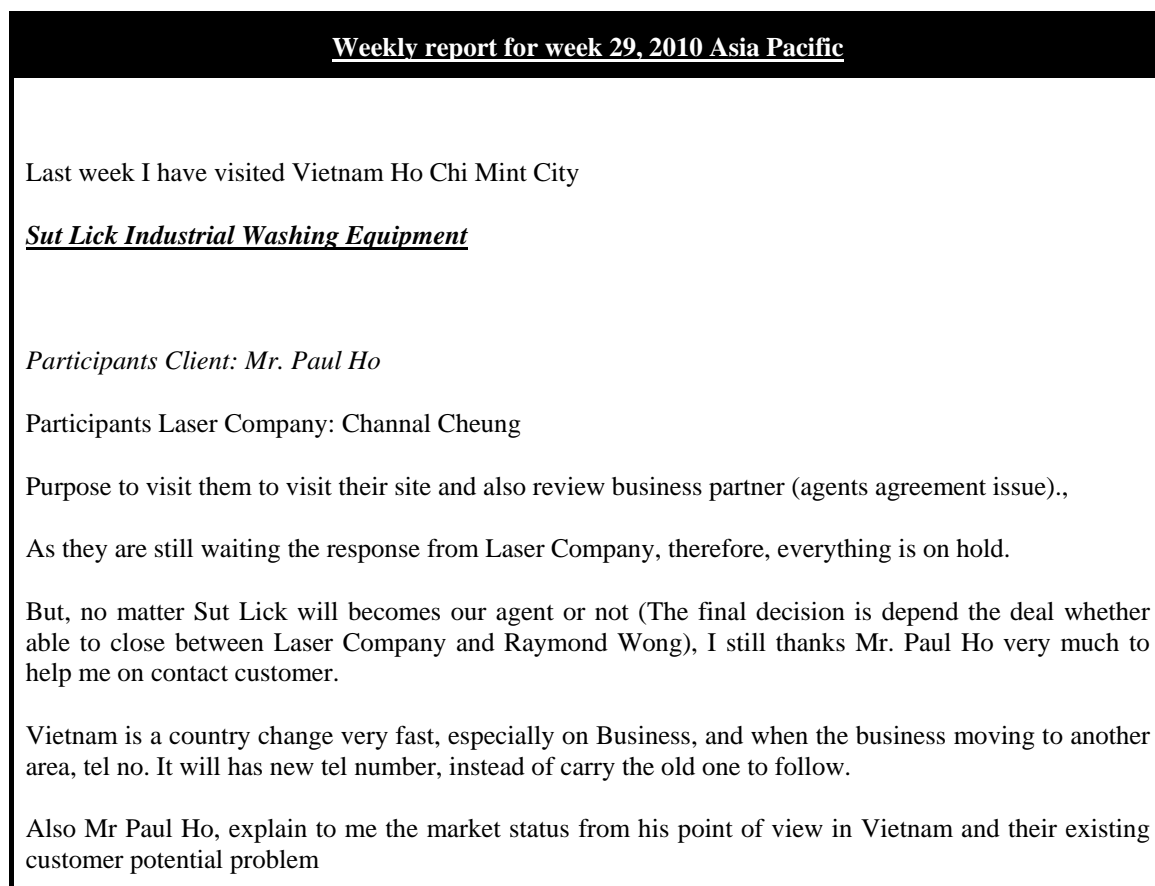
Una vez transformado el formato original del e-mail al formato *txt*, el mensaje estaría preparado para ser analizado por *Textworks*, como se muestra en la Figura 15:

De: Sai Navneethan [mailto:sai@gfk-laser.com] **India txt 1**  
Enviado el: viernes, 23 de julio de 2010 10:51  
Para: 'Mahesh Hirdaramani'; 'Aroon Hirdaramani'; 'Rakhil Hirdaramani'; 'Saman Premasiri'  
CC: 'JM'; 'JON'  
Asunto: PRIZE AWARDED TO LASER COMPANY-THANKS TO OUR BUSINESS ASSOCIATION  
KIND ATTN MR MAHESH HIRDARAMANI/MR AROON HIRDARAMANI/MR RAKHIL  
HIRDARAMANI/MR SAMAN PREMASIRI & TEAM HIRDARAMANI COLOMBO  
C.C TO MR J. M./MR J.-TEAM LASER COMPANY SPAIN  
Many thanks for our business association  
  
Your business has taken us to this pedestal of success  
We work more harder to keep our business association intact  
  
We are keen to grow in our association for our shared future growth  
Enjoy the mail from MR S. below  
BEST REGARDS,  
SAI

**Fig. 15.** Ejemplo 2. Email de la India formato *txt* para ser leído por *TextWorks*.

En el capítulo dedicado a los objetivos de la presente tesis, explicamos que se utilizarían unas plantillas para llevar a cabo el análisis de los e-mails y que éstas se componen de cuatro niveles de análisis. Este nivel de análisis es el encargado de analizar los objetivos comunicativos, ya que se

seleccionaron solamente los e-mails que compartían objetivos comunicativos parecidos, los informes denominados *weekly report* (informes semanales), correspondientes a escritores de India y Hong Kong. A continuación en la Figura 16 se muestra un ejemplo de un informe semanal. Los informes no fueron transformados a formato txt porque su análisis se hizo manualmente.

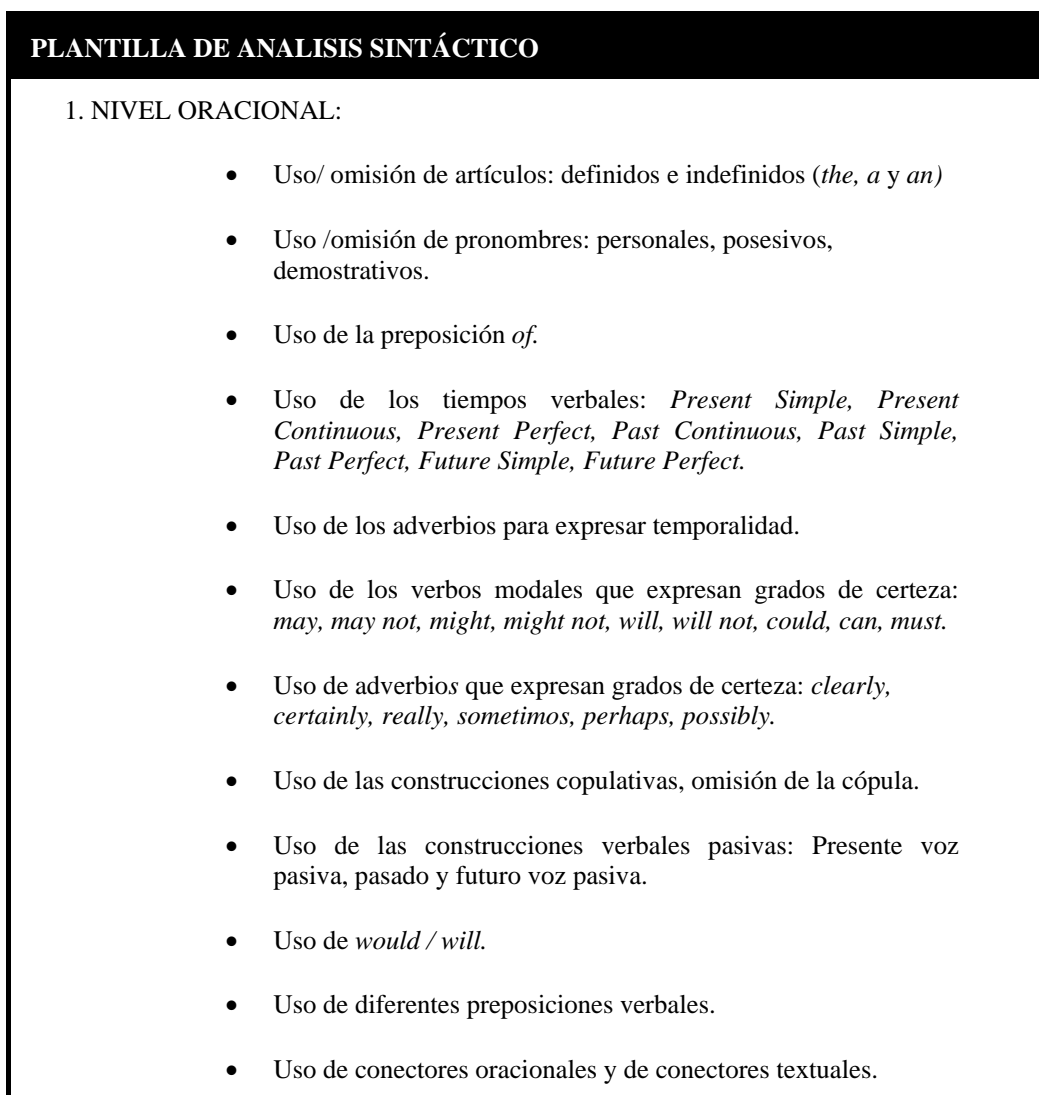


**Fig.16.** Ejemplo de *weekly report*.

Con el objetivo de detectar las variaciones lingüísticas de las diferentes variedades del inglés, se elaboraron las plantillas de análisis basándose en las características de las variedades del inglés en cuestión, estudiadas y propuestas por diversos lingüistas, como es el caso de Kachru (2006), Kirkpatrick (2007), Kachru (2005), Bolton (2003), Sailaja (2009) y Jenkins (2003). Todos ellos

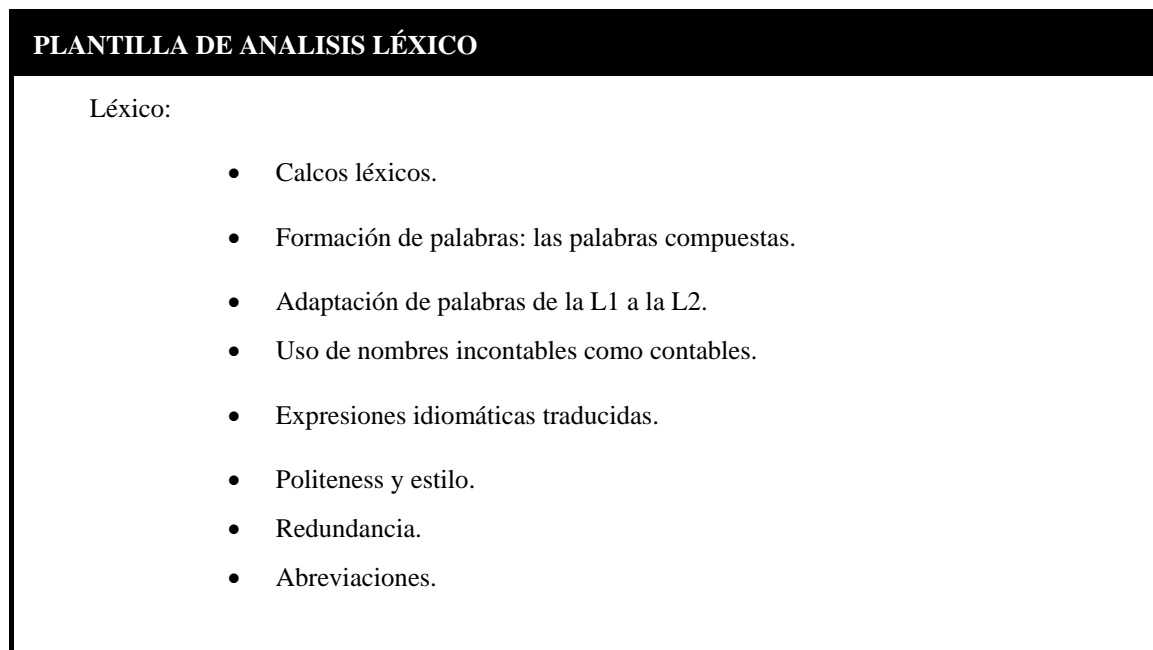
coinciden en clasificar los niveles de variación en fonología, sintaxis, léxico y estilo del discurso. Obviamente, la fonología no fue analizada en nuestro estudio, por tratarse de un análisis del discurso escrito, los tres niveles restantes sí han sido estudiados. Con objeto de elaborar las plantillas de análisis seleccionamos los rasgos léxico-sintácticos y los objetivos comunicativos que son más susceptibles de variación según los expertos anteriormente mencionados. Tras estudiar en profundidad los trabajos realizados por dichos autores, llegamos a la conclusión de que las variaciones que experimenta una lengua, en nuestro caso la lengua inglesa, vienen dadas por varios motivos.

Como Kirkpatrick (2007: 26) arguye, las diferencias entre las variedades del inglés más notorias son las de pronunciación y vocabulario, pero existen otras diferencias significativas en sintaxis. Ahora bien, las diferencias menos notorias pero, sin embargo, más problemáticas, según el autor, son aquellas provocadas por el reflejo de las culturas de los hablantes en el discurso. La manera en que los hablantes presentan la información difiere de una cultura a otra, aunque el uso de la gramática sea correcto, la intención o el objetivo comunicativo puede responder a convenciones culturales muy diferentes y, por lo tanto, crear variación. Pongamos por ejemplo la forma del saludo, el planteamiento de un problema o solución, etc. Por esta razón, y de acuerdo con la línea expuesta por Kirkpatrick, hemos considerado relevante realizar el análisis en varios niveles para poder hallar las variaciones que no son *a priori* tan notorias y que están ligadas a la cultura del hablante. A continuación, en la Figura 17 se muestran las plantillas del análisis sintáctico, pormenorizando en las diferentes variaciones que se pretenden encontrar en el corpus en este primer nivel de análisis:



**Fig. 17.** Plantilla de análisis sintáctico.

A continuación en la Figura 18 se muestra la plantilla de análisis léxico que detalla las diferentes variaciones léxicas que son objeto de estudio en este análisis, siguiendo las variaciones que suelen producirse en los hablantes no nativo de estas zonas de Asia y seleccionando las que, a nuestro juicio, serán más comunes en el inglés de los negocios escrito:



**Fig. 18.** Plantilla de análisis léxico.

Para el análisis del nivel léxico-gramatical se ha usado el programa de análisis de corpus *TextWork*, sin embargo, la utilización de dicha herramienta de análisis de corpus ha sido de mayor utilidad a la hora de realizar el análisis sintáctico que para el análisis léxico, ya que las aplicaciones que ofrecen son más adecuadas para el primer análisis mencionado. *TextWorks* ha sido de mucha utilidad cuando se trataba de encontrar tiempos verbales concretos como el presente continuo, el pasado simple, etc., para localizar los artículos definidos e indefinidos, los pronombres personales, los verbos modales, etc. Dicho programa ofrece una aplicación que es capaz de seleccionar todos los verbos conjugados en un determinado tiempo a través de un sistema de *tags* (etiqueta), cada etiqueta o *tag* corresponde a una categoría gramatical. Con esta aplicación se realizaron los recuentos y las listas de las palabras que se pretendía encontrar. El programa *TextWorks* nos ofrecía la posibilidad de encontrar cada ejemplo en su contexto original, sin embargo, cuando se pretendía identificar la omisión de algunas categorías sintácticas se tuvo que recurrir una vez más al procesamiento manual ya que no era posible hacerlo a través de la herramienta informática. A continuación se muestra en las Figuras 19-21 ejemplos de dicha herramienta:



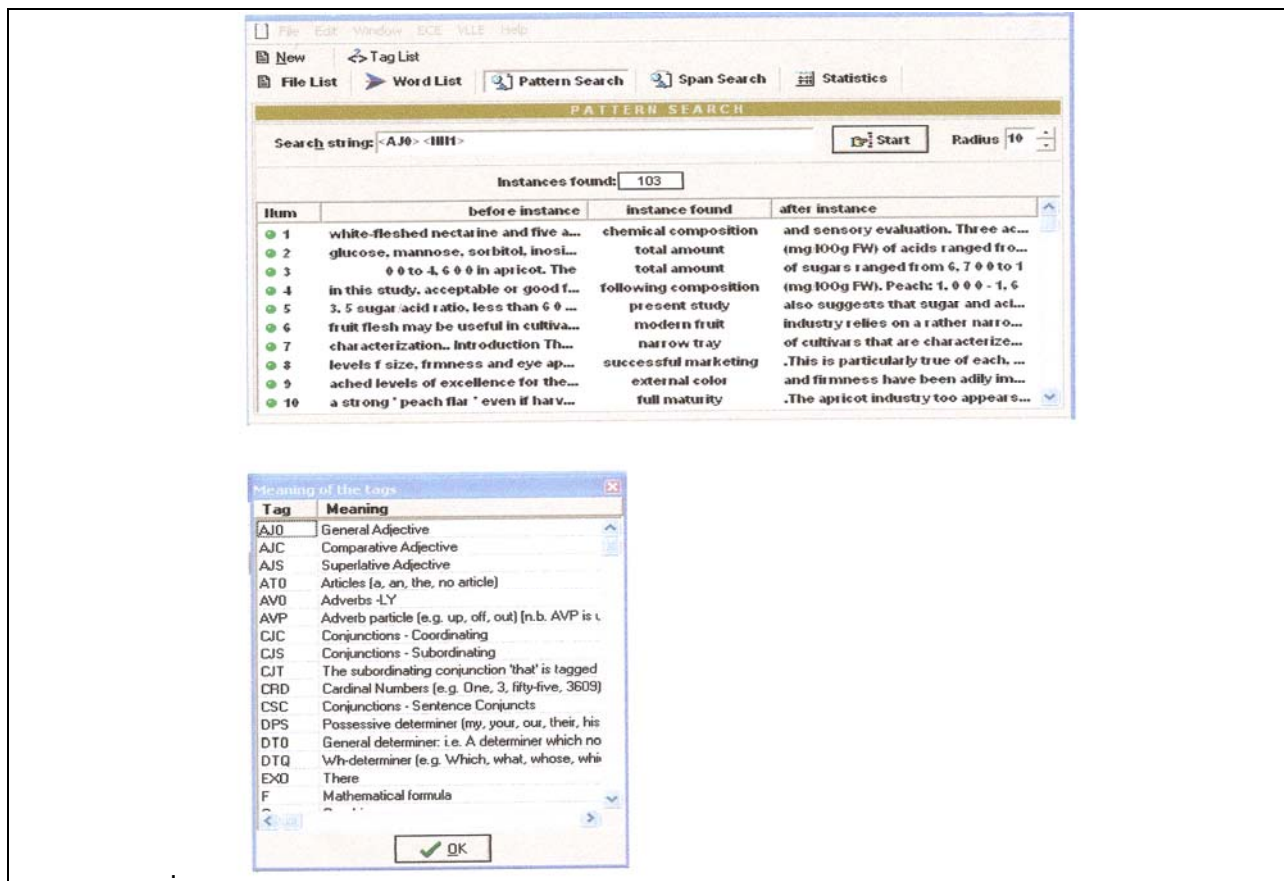


Fig. 19. Búsqueda patrones de léxico-sintácticos y lista etiquetas.

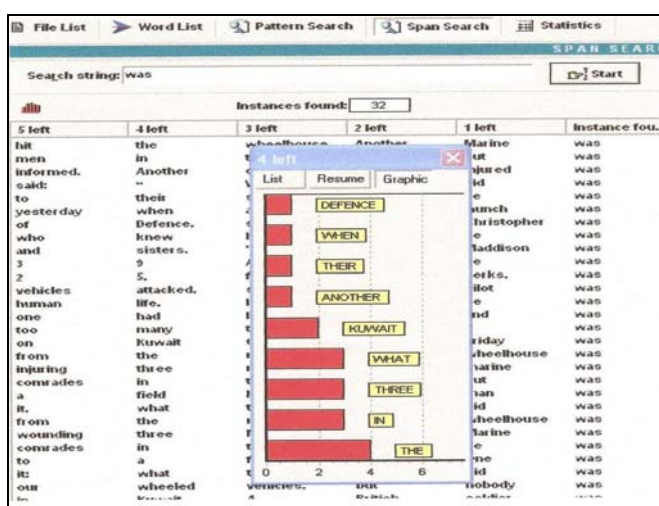
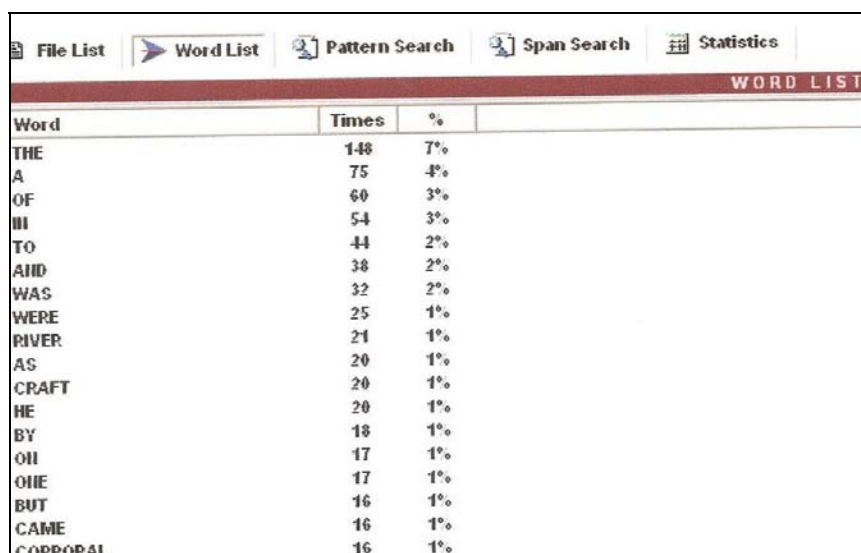


Fig. 20. Span search, colocaciones y gráfica explicativa.



Word	Times	%
THE	148	7%
A	75	4%
OF	60	3%
III	54	3%
TO	44	2%
AND	38	2%
WAS	32	2%
WERE	25	1%
RIVER	21	1%
AS	20	1%
CRAFT	20	1%
HE	20	1%
BY	18	1%
OH	17	1%
OHIE	17	1%
BUT	16	1%
CAME	16	1%
CORPORAL	16	1%

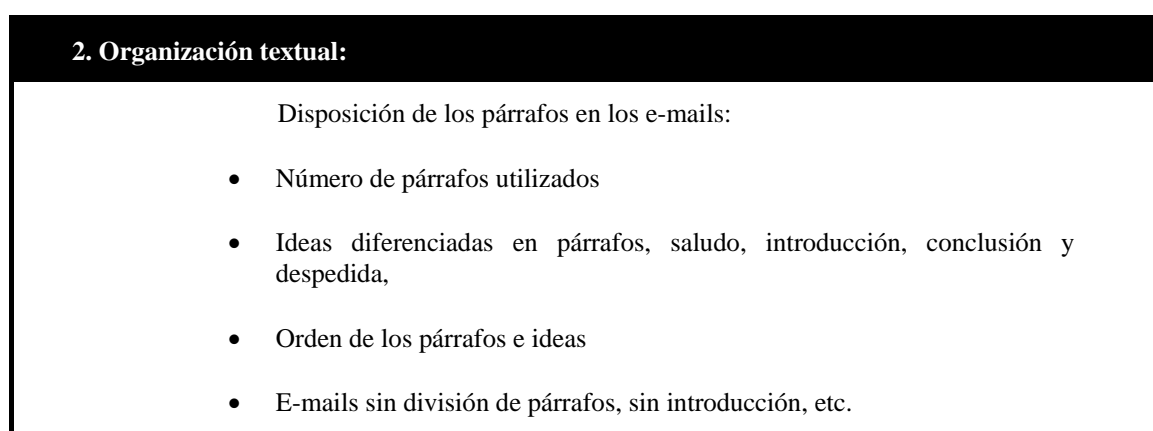
Fig.21. Listas de palabras, frecuencias y porcentajes en *TextWorks*.

La Figura 19 muestra la búsqueda de patrones léxico-sintácticos y la lista de etiquetas con las diferentes categorías gramaticales. Como hemos explicado anteriormente, las etiquetas o *tags* representan categorías sintácticas, a través de esta aplicación hemos podido realizar las combinaciones de palabras que deseábamos encontrar, tales como tiempos verbales, verbos modales, etc. En la Figura 20 se muestra la búsqueda de una palabra concreta por medio del *Span Search*, también podemos apreciar el detalle de una gráfica de las palabras que aparecen en la cuarta posición a la izquierda. La Figura 21 muestra un listado de palabras con las frecuencias y los porcentajes. Esta última aplicación nos ha servido de gran utilidad para averiguar las frecuencias. En cuanto al análisis léxico, explicaremos que ha sido realizado de forma manual, ya que la necesidad de detectar las diferentes variaciones léxicas, requería una lectura más minuciosa, que los programas informáticos no realizan.

Por lo tanto, la lectura fue realizada manualmente de la siguiente manera, en primer lugar, se leyeron los diferentes e-mails clasificados por países individualmente y se anotaron todas las posibles variaciones léxicas que se detectaban en cada grupo. En segundo lugar, se clasificaron las variaciones detectadas en diferentes categorías léxicas y, finalmente, se contabilizaron y calcularon sus porcentajes. La fase del procesamiento manual del corpus ha sido ardua y costosa

debido a la cantidad total de e-mails y también a la descontextualización de muchos de ellos, ya que, como mencionamos anteriormente, no se han escogido correos electrónicos correlativos, sino aleatorios.

En cuanto a la detección de los datos de la organización textual, se clasificaron dos grupos de e-mails, aquellos que habían realizado división del texto en párrafos y aquellos que no, dentro de cada grupo según su país de procedencia. Para alcanzar dicho objetivo se confeccionó una plantilla para determinar las variaciones textuales, como se muestra en la Figura 22:



**Fig. 22.** Plantilla de análisis de organización textual.

Una vez llevado a cabo el completo análisis de los niveles, se procedió a la redacción del apartado de los resultados obtenidos. En dicho apartado se clasificaron las diferentes variaciones por países de origen de los hablantes. Se plasmaron los resultados en tablas que detallaban los elementos analizados, las frecuencias y los porcentajes. También se diseñaron unas gráficas que contrastaban los resultados de los cuatro grupos de e-mails al detalle. Todas las tablas y las gráficas fueron comentadas y explicadas para la mejor comprensión del análisis.

Por último, realizamos el análisis de los objetivos comunicativos que consistió en analizar manualmente también los 50 informes semanales de los escritores de los grupos de la India y Hong Kong. Se incluye en los resultados solamente el análisis de estos dos grupos puesto que no se encontraron variaciones significativas en los grupos de Pakistán y China. Para ello, establecimos unas pautas siguiendo patrones similares a los que proponen Bhatia (1993) y Swales (1990) para el análisis de un género específico:

- Descripción estructural:

## Movimientos

### Secuencias comunicativas

- Objetivos comunicativos.
- Variaciones en ambos aspectos.

La descripción estructural se compone de los movimientos utilizados por el escritor para lograr sus objetivos comunicativos. Los movimientos no tienen que coincidir necesariamente con los párrafos, ya que, puede haber más de un movimiento en un mismo párrafo. A su vez los movimientos se subdividen en secuencias comunicativas. El principal objetivo de los informes semanales es informar a la empresa de las reuniones y visitas a los clientes y de sus resultados.

Normalmente el formato propuesto por la empresa se compone de 6 movimientos siguientes:

**M.1:** Informar de la empresa visitada

**M.2:** Informar de los clientes participantes

**M.3:** Informar del agente participante

**M.4:** Informar del representante de *Laser Company* participante

**M.5:** Establece la descripción de la negociación

**M.6:** Resume/ concluye lo negociado (*Follow up*)

Para llevar a cabo el análisis se leyeron todos los informes manualmente y se analizaron los movimientos seguidos por los diferentes escritores, así como sus objetivos comunicativos. Una vez leídos todos los informes se clasificaron las variaciones encontradas en los objetivos comunicativos y en las secuencias comunicativas. Dichas variaciones están condicionadas al contexto socio-cultural del escritor, como hemos mencionado en numerosas ocasiones. Nuestro propósito era averiguar si existían, en qué consistían y si eran debidas al contexto cultural.

Una vez llevado a cabo el análisis completo de los distintos niveles, se procedió a la redacción del apartado de los resultados obtenidos. En dicho apartado se clasificaron las diferentes variaciones por países de origen de los hablantes. Se plasmaron los resultados mediante tablas que detallaban los elementos analizados, las frecuencias y los porcentajes. También se diseñaron gráficas que contrastaban los resultados de los cuatro grupos de e-mails al detalle. Todas las tablas y las gráficas fueron comentadas y explicadas para la mejor comprensión del análisis y finalmente se extrajeron las conclusiones tras un análisis pormenorizado de los resultados

## **8. RESULTADOS**



En este capítulo se presentan los resultados obtenidos después de la realización del análisis del corpus. Dicho corpus está compuesto por 30 e-mails de cada país. A continuación se muestran las tablas con los datos extraídos de los diferentes niveles de análisis.

Para la presentación de los datos se ha establecido el mismo orden que se realizó en el análisis. En primer lugar, se muestran los resultados obtenidos del nivel sintáctico de cada país pormenorizando los distintos rasgos y contrastándose entre sí. En segundo lugar, se exponen los resultados obtenidos del segundo nivel de análisis, el nivel léxico, y de la misma manera que en el anterior, se comparan los datos extraídos de todos los países entre sí. A continuación, se muestran los resultados del tercer nivel de análisis, el estudio de la organización textual, contrastándose las diferentes disposiciones textuales de los e-mails de los cuatro países. Los resultados extraídos del análisis se muestran en tablas. Dichas tablas contrastan los resultados de los cuatro grupos de e-mails. La organización de cada tabla se ha dispuesto de la siguiente manera, cada tabla esta formada por cinco columnas, en la primera columna se observan los elementos analizados y, en el resto de las columnas, los casos hallados en cada grupo de escritores, mostrándose en la última fila inferior los totales.

## **8.1. Análisis sintáctico**

Como se describió en el capítulo de la metodología, la plantilla de análisis sintáctico que fue diseñada se basó, en algunas de las más frecuentes variaciones que estas variedades del inglés presentan.

### **8.1.1. Uso y variación del artículo**

En la Tabla 4 podemos observar los resultados obtenidos del análisis del uso de los artículos definidos y artículos indefinidos en los cuatro grupos de e-mails.

Uso de artículos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>THE</i>	67	167	228	91
<i>A</i>	14	61	33	17
<i>AN</i>	0	13	5	3
<b>TOTAL</b>	81	241	266	111

**Tabla 4.** Uso de los artículos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Tras contrastar los resultados obtenidos en el uso de los artículos, destacamos que el grupo de los escritores que los utiliza en mayor medida es el de escritores chinos, hecho que resulta sorprendente teniendo en cuenta que suelen tender a omitir el artículo definido. En cuanto al grupo de los escritores pakistaníes hemos obtenido un número similar de casos que también suelen omitir el artículo definido. El grupo de la India ha obtenido menor uso de los artículos comparado con todos los demás grupos y el de Hong Kong se posiciona en tercer lugar. El uso del artículo indefinido presenta casos inferiores en todos los grupos.

En este mismo apartado vamos a presentar los resultados de la variación que hemos detectado al analizar los artículos usados por los diferentes escritores, es decir, las variaciones en el uso. En la Tabla 5 se exponen los resultados de la variación en el uso de los artículos de los escritores indios, dicha variación es la no utilización del artículo:

Variación en el uso de los artículos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>THE</i>	19	59	45	21
<i>A</i>	13	6	6	6
<i>AN</i>	0	0	0	1
<b>TOTAL</b>	32	65	51	28

**Tabla 5.** Variación del uso de los artículos en los cuatro grupos de e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.



En la Tabla 5 comprobamos que, efectivamente, el grupo de escritores pakistanies obtiene el número de casos de omisión del artículo definido más elevado de los cuatro grupos. Le sigue el grupo de China, a continuación el grupo de Hong Kong y por último el de India. Comprobamos, de esta manera, que todos los grupos presentan más variación de los artículos definidos que de los artículos indefinidos.

A continuación mostramos algunos ejemplos de las variaciones en el uso, extraídos de los cuatro grupos:

#### E-mails de India:

*Mr. X is happy to offer with all \_\_\_\_\_ terms and conditions \_\_\_\_\_ same G-2 special technology..., We enjoyed both occasions at your premises and \_\_\_\_\_ small dinner meeting, Last date of shipment as DEC 23<sup>rd</sup> in \_\_\_\_\_ letter of credit.*

*It was indeed \_\_\_\_\_ pleasure meeting on..., I have organized \_\_\_\_\_ meeting with \_\_\_\_\_ Bangalore clearing agent..., ....I can get \_\_\_\_\_ better price...*

#### E-mails de Pakistán:

##### **THE**

*\_\_\_\_\_ Matter has been resolved peacefully, I would suggest that you visit Pakistan in 1<sup>st</sup> \_\_\_\_\_ week November., I have already submitted following \_\_\_\_\_ information..., I am continuously following CBL at all levels from \_\_\_\_\_ Washing Manager to the Chairman of \_\_\_\_\_ group*

##### **A**

*Do not ask for \_\_\_\_\_ new order in this conversation, Can u please send \_\_\_\_\_ warranty \_\_\_\_\_ quick response will be highly appreciated.*

#### E-mails de China:

##### **THE**

*I was referring to Toni, because when \_\_\_\_\_ machine was broken*

*If there are future problems with \_\_\_\_\_ G2...*

*We must report project to \_\_\_\_\_ president of \_\_\_\_\_ Youngor Group*

##### **A:**

*“The way C. will affect our company image and give client \_\_\_\_\_ message...*

*I did \_\_\_\_\_ counter offer....*

### E-mails de Hong Kong:

**A**

*As you know, \_\_\_lower price for us, more convenient....*

*Pls send me a photos,*

**AN**

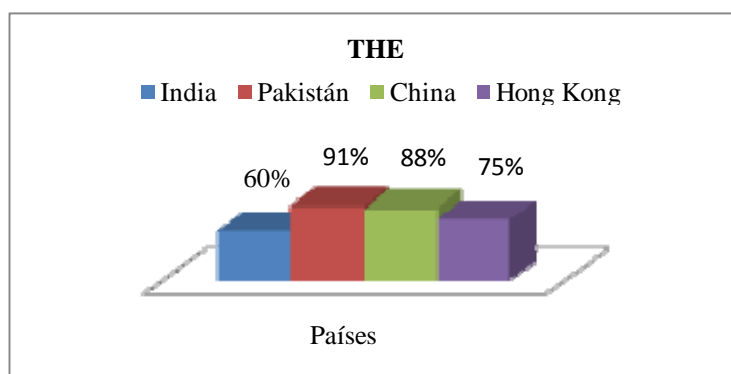
*Ngai Shing is (an) experienced partner*

**THE**

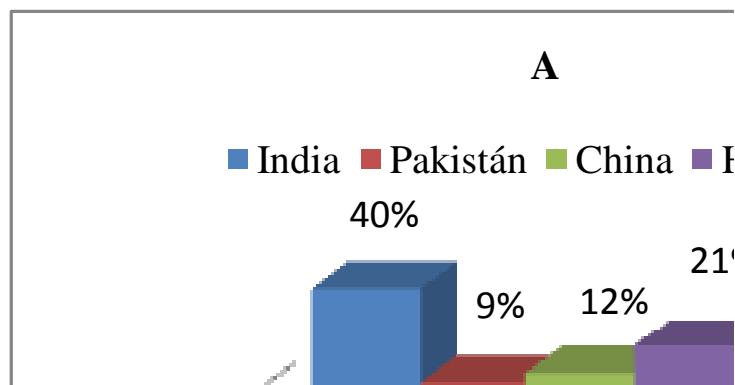
*Pls advise should I arrange (the) ticket to Shangai*

*Spoke with Warren, he is back to Ningbo now and (the) G2 is operating everyday, Would like to confirm appointment in (the) Guess Asia office, Sorry for (the) late reply*

Tras mostrar las cuatro tablas de las variaciones en el uso de los artículos podemos destacar, como se muestra en la Gráfica 1, que se ha hallado un mayor número de variaciones en el grupo de escritores de Pakistán con un 91%, en segundo lugar China con un 88%, en tercer lugar India con 60% y en cuarto lugar Hong Kong con un 75%. El artículo definido *the* ha sido el que ha sufrido más variaciones en los cuatro grupos de e-mails. El grupo de e-mails de Pakistán es el que tiene el mayor porcentaje de uso diferente del artículo definido con un 91%, seguido de China con un 88%, a continuación Hong Kong con un 75% y, por último, India con un 60%. Se constata de esta manera la tendencia a la variación en el uso del artículo definido en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 1.** Variación del uso del artículo *the* en los e-mails de los cuatro países.



**Gráfica 2.** Variación del uso del artículo *a* en los e-mails de los cuatro países.

En la Gráfica 2 se muestran los resultados de la variación del artículo indefinido *a*, donde podemos observar que el mayor porcentaje de variación lo ha obtenido India con un 40%, seguido de Hong Kong con un 21%, a continuación se encuentra China con un 12 % y en último lugar Pakistán con un 9%. Los resultados nos indican que el índice de variación del uso del artículo indefinido es mucho menor que el del artículo definido en general, exceptuando el caso de India.

### 8.1.2. Uso y variación de los pronombres personales

En este segundo apartado del análisis gramatical se presentan los resultados extraídos del análisis del uso y variación en el uso de los pronombres personales en los cuatro grupos de escritores diferentes. En la Tabla 6, se presentan los datos de los resultados obtenidos en los cuatro grupos de e-mails:

Uso de pronombres personales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>I</i>	1	62	81	47
<i>YOU</i>	13	44	83	47
<i>HE</i>	0	29	3	11
<i>SHE</i>	0	0	5	0
<i>WE</i>	59	24	64	35
<i>THEY</i>	4	35	16	15
<b>TOTAL</b>	77	194	252	155

**Tabla 6.** Uso de pronombres personales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Tras comparar los resultados de los cuatro grupos de e-mails podemos destacar que el grupo de escritores que presenta mayor uso de los pronombres personales es el de los escritores chinos con 252 casos, en segundo lugar se encuentran los escritores pakistaníes con 194 casos, en tercer lugar se encuentran los e-mails procedentes de Hong Kong con 155 casos y en último lugar los precedentes de India con 77 casos. Es destacable que las terceras personas de singular han obtenido un número bajo de casos en los cuatro grupos y en algunos incluso nulo.

En la Tabla 7 se muestran los resultados obtenidos del análisis de las variaciones en el uso de los pronombres personales en todos los e-mails. La variación consiste en la no utilización de los pronombres personales.

Variación del uso de los pronombres personales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>I</i>	22	0	13	33
<i>YOU</i>	0	0	1	1
<i>HE</i>	2	0	0	0
<i>SHE</i>	0	0	0	0
<i>WE</i>	2	0	1	3
<i>THEY</i>	3	0	1	0
<b>TOTAL</b>	29	0	16	37

**Tabla 7.** Variación del uso de pronombres personales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Destacamos que según los resultados de variación del uso de los pronombres personales en los cuatro grupos, el pronombre persona de primera persona singular es que ha obtenido mayor número de casos en tres de los grupos, India, China y Pakistán. El resto de los resultados muestran algunos casos de variación y otros en los que no existe variación en absoluto. Sobresale el caso del grupo de Pakistán que no ha obtenido ningún caso de variación.

Mostramos a continuación algunos ejemplos de la variación en el uso de los pronombres personales que se pueden consultar en el Anexo 1:

E-mails de India:

*Congratulations \_\_\_\_\_very happy for the family invitation...., Once he gives details for clearing the machine\_\_\_\_\_will personally come to Mumbai....,*

**He**

“Jayampathi had already called the technical head of Hiradaramni Susiri Nissanka to visit and see the machine but \_\_\_\_\_ not yet visited them”,

**They**

I made a courtesy visit to Brandix to check how they are doing with the laser \_\_ not much of order this year, I can get better price-they get better terms also to pay the same LATE Hence \_\_\_\_\_ would like to minimize the impact....

**We**

We are keen to continue our valuable business association \_\_\_\_\_ Appreciate your time to meet in person for the same

E-mails de Pakistán:

**I**

\_\_\_\_\_look forward to have a new restart..., \_\_\_\_\_Hope you are doing fine,

Regarding you following email,\_\_\_\_\_start from Mr J.A. ...., \_\_\_\_\_Hope you understand the position.

E-mails de China:

**I**

\_\_\_\_\_Think the suitable time is abt 1.5-2.0 hrs...

\_\_\_\_\_Hope you are everything well!

\_\_\_\_\_need to speak with C. to see what we arrange

**We**

Normally,\_\_\_\_\_not have the goods consigned to the bank

E-mails de Hong Kong:

**I**

\_\_\_\_\_Understand that G2 is not possible to get the same effect...”

\_\_\_\_\_Marked down the procedure for the operation...

\_\_\_\_\_Suggest we visit there later....

\_\_\_\_\_Hope our conversation could answer all your below questions”

**We**

\_\_\_\_\_Knew that Guess people will be in HK...

\_\_\_\_\_would like to have these info....

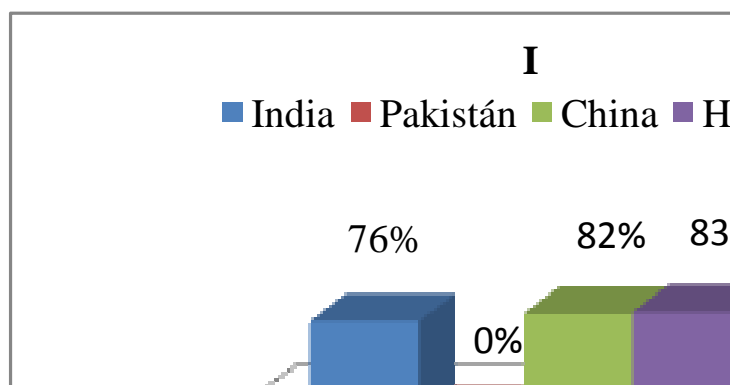
**I**

\_\_\_\_\_ Means if you need to purchase....

\_\_\_\_\_Will be the start up cost....

\_\_\_\_\_Matter most urgent

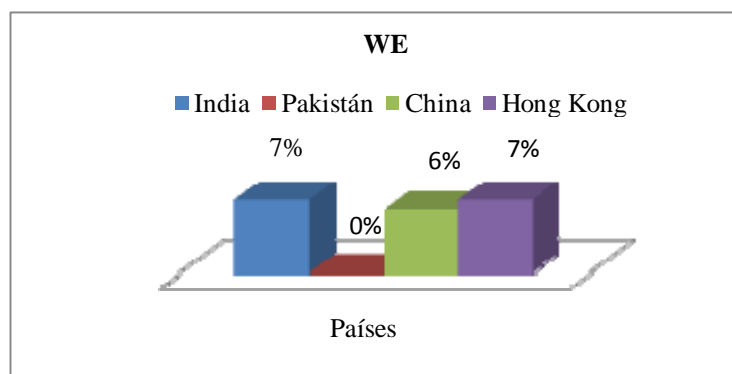
En las gráficas siguientes se presentan los resultados de la variación en el uso de los pronombres contrastados en los cuatro grupos de e-mails. En la Gráfica 3 se muestran los resultados en porcentajes de la variación del uso del pronombre *I*:



**Gráfica 3.** Variación del uso del pronombre personal *I* en los e-mails de los cuatro países.

El grupo de e-mails de Hong Kong es el que presenta mayor porcentaje en la no utilización del pronombre *I* con un 83%, seguido del grupo de China con un 82%, en tercer lugar está el grupo de e-mails de India con un 76% con y en último lugar con el menor porcentaje de variación se encuentra el grupo de Pakistán con 0%. Los resultados no indican la tendencia de los escritores de estos tres grupos a omitir el pronombre personal de primera persona.

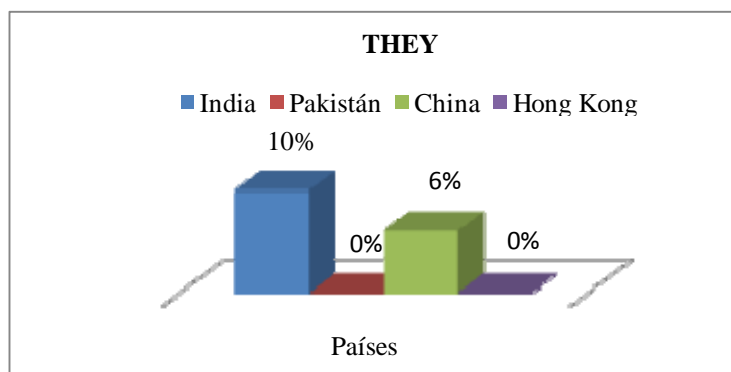
En la Gráfica 4 que se observa a continuación se contrastan los resultados de la variación en el uso del pronombre *we* de los e-mails de los cuatro países.



**Gráfica 4.** Variación del uso del pronombre personal *we* en los e-mails de los cuatro países.

Los e-mails de Hong Kong e India presentan el mismo porcentaje de variación del uso con un 7%, los de China presentan un 6% de variación y los de Pakistán ninguna variación. La omisión del uso del pronombre de primera persona plural es mucho menor que la del de primera persona singular.

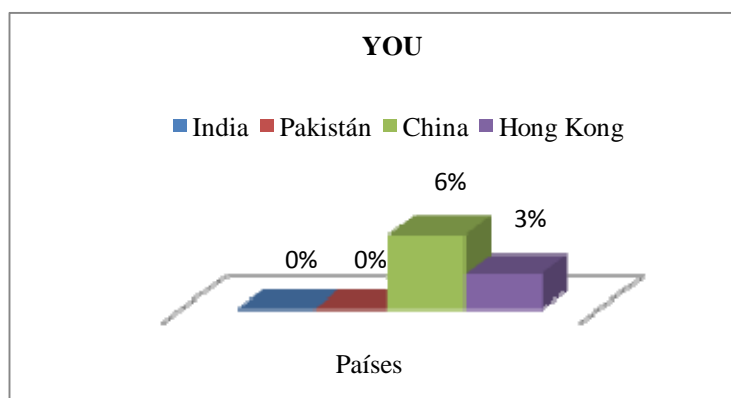
En la Gráfica 5 se aprecian los resultados contrastivos de los cuatro grupos de e-mails de la variación del uso del pronombre personal *they*.



**Gráfica 5.** Variación del uso del pronombre personal *they* en los e-mails de los cuatro países.

Observamos que el mayor porcentaje lo ha obtenido el grupo de India con un 10%, seguido de China con un 6%, mientras que los otros dos grupos, Pakistán y Hong Kong, no han registrado ninguna variación.

La Gráfica 6 muestra los resultados de la variación del uso del pronombre *you*.



**Gráfica 6.** Variación del uso del pronombre personal *you* en los e-mails de los cuatro países.

Según lo datos obtenidos solamente presentan variación en el uso de la forma *you* los grupos de China con un 6% y Hong Kong con un 3%. Los grupos de Pakistán e India no han obtenido variación alguna.

En los casos que la variación ha sido muy baja y solamente se ha dado en un grupo no hemos realizado gráfica comparativa, por ejemplo, la variación de *he* en los e-mails de India (7%) y la variación de *it* (3%) en el grupo de Hong Kong.

### 8.1.3. Uso y variación de los tiempos verbales

En este apartado vamos a mostrar los resultados obtenidos del análisis del uso y de la variación del uso de los tiempos verbales. Igualmente que en los dos apartados anteriores se han contrastado los resultados entre los cuatro países analizados, de manera que se observa el número de casos según la procedencia de los hablantes. En la Tabla 8 se contemplan los resultados obtenidos del uso de los diferentes tiempos verbales en los cuatro grupos de e-mails

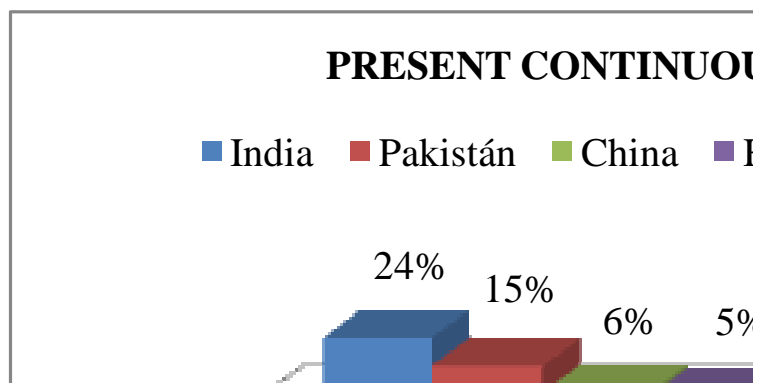
<b>TIEMPOS VERBALES</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTAN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
PRESENT CONTINUOUS	24	20	10	10
PRESENT SIMPLE	40	17	30	112
PRESENT PERFECT	2	24	19	10
PAST SIMPLE	19	37	32	18
PAST CONTINUOUS	1	2	3	0
PAST PERFECT	0	6	2	0
FUTURE SIMPLE	13	31	58	36
FUTURE PERFECT	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>137</b>	<b>154</b>	<b>188</b>

**Tabla 8.** Uso de tiempos verbales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Como hemos podido comprobar los escritores de los cuatro países utilizan diferentes tiempos verbales como detallamos a continuación en las siguientes gráficas comparativas. El futuro perfecto destaca como el tiempo verbal no utilizado solamente en el caso del grupo de Hong Kong y con sólo dos casos. El pasado continuo ha obtenido muy pocos casos en todos los grupos y ningún caso en el grupo de Hong Kong. De la misma manera observamos el bajo número de casos en el uso del pasado perfecto y el uso nulo en los grupos de

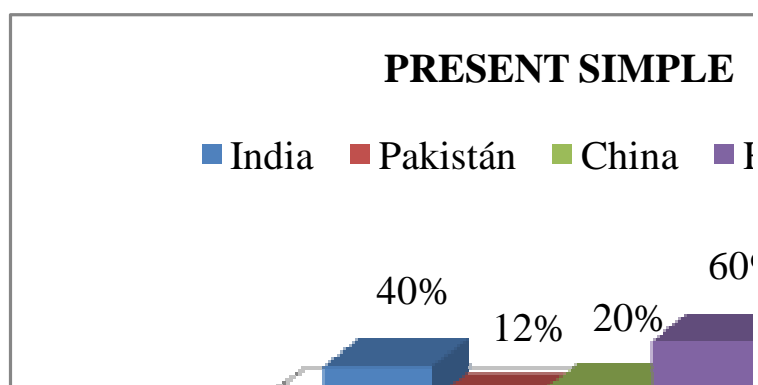


En la Gráfica 7 se contrastan los resultados en el uso del presente continuo en los cuatro grupos de e-mails:



**Gráfica 7.** Uso del present continuous en los e-mails de los cuatro países.

El presente continuo es más utilizado por los indios con un 24%, seguido de los pakistaníes con un 15% de uso, le suceden los chinos con un 6% y en último lugar los escritores de Hong Kong con tan sólo un 5% de uso. En el caso de la India sorprende que el número de casos no sea más elevado así como el de Pakistán, ya que, estas dos variedades del inglés tienden al sobreuso del presente continuo. En cuanto a los grupos de China y Hong Kong, sí presentan en los resultados la mayor tendencia a la no utilización de los tiempos continuos. A continuación se comparan los resultados de uso del presente simple entre los cuatro grupos de escritores en la Gráfica 8:

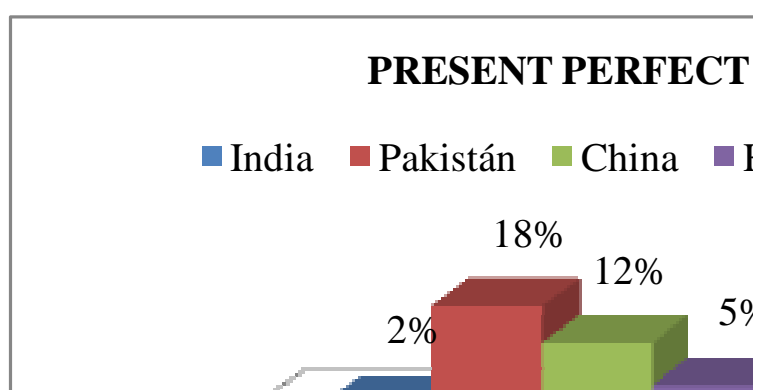


**Gráfica 8.** Uso del present simple en los e-mails de los cuatro países.

El presente simple ha obtenido, como se observa en la Gráfica 8, un porcentaje de uso más elevado por los escritores de Hong Kong con un 60%, a continuación se encuentran los e-mails de los indios con un 40% de uso, en tercer lugar se sitúan los chinos con un 20% y por último los

pakistaníes con un 12%. Los resultados nos indican que los escritores indios han utilizado en más casos el presente simple que el continuo, los pakistaníes sin embargo han utilizado más el presente continuo, de acuerdo a su tendencia natural y por último los dos grupos de China y Hong Kong sí han utilizado en mayor medida el presente simple que el presente continuo cumpliendo de esta manera su tendencia natural.

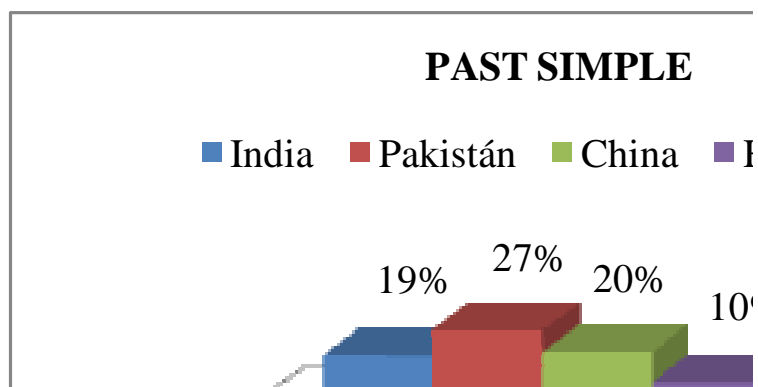
En la Gráfica 9 se expone la comparación del uso del presente perfecto de los cuatro grupos de e-mails



**Gráfica 9.** Uso del present perfect en los e-mails de los cuatro países.

Se aprecia claramente que el mayor porcentaje de uso lo ha obtenido el grupo de Pakistán con un 18%, en segundo lugar se sitúa el grupo de China con un 12%, el tercer lugar lo ocupa el grupo de Hong Kong con un 5% y por último se encuentra India con un 2%.

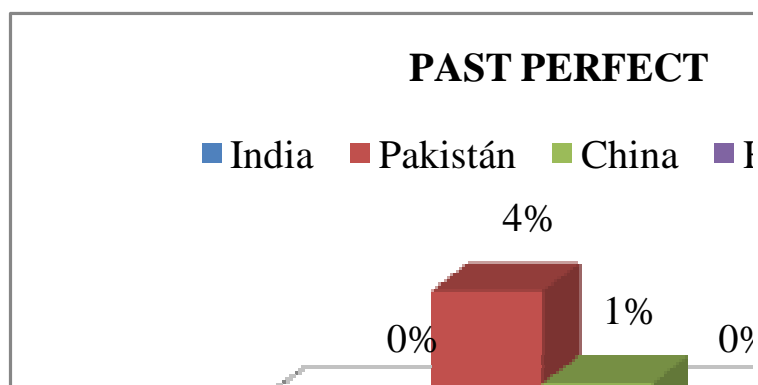
La Gráfica 10 muestra la comparativa de porcentajes en el uso del pasado simple por los cuatro grupos de escritores.



**Gráfica 10.** Uso del past simple en los e-mails de los cuatro países.

Podemos observar que el mayor porcentaje de uso lo ha obtenido el grupo de Pakistán con un 27%, en segundo lugar se encuentra el grupo de China con un 20% en tercer lugar se halla el grupo de India con un 19% y por último el grupo de Hong Kong con un 10%.

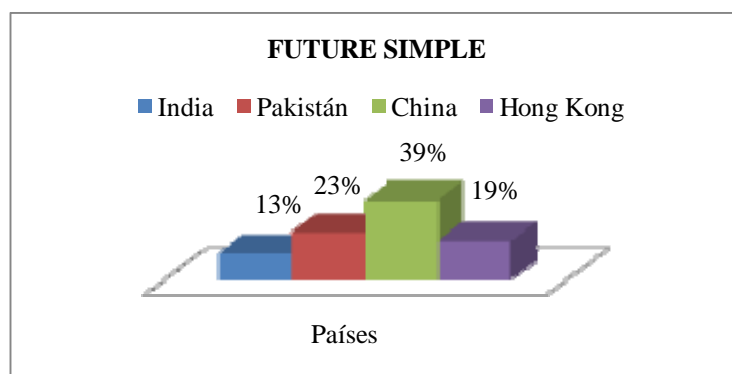
La Gráfica 11 se observan los resultados comparados del uso del pasado perfecto por los cuatro grupos en e-mails.



**Gráfica 11.** Uso del past perfect en los e-mails de los cuatro países.

El porcentaje más alto de uso del pasado perfecto corresponde al grupo de Pakistán con un 4% seguido de China con un 1%, el resto de los grupos no ha hecho uso de dicho tiempo verbal. Destacamos el bajo uso de este tiempo verbal entre todos los escritores.

En la Gráfica 12 se muestra la comparación del uso del futuro simple de los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 12.** Uso del Future Simple en los e-mails de cuatro países.

Se observa que el mayor porcentaje lo ha obtenido el grupo de China con un 39%, seguido de Pakistán con un 23%, en tercer lugar se encuentra el grupo de Hong Kong con un 19% y en último

lugar está India con un 13%. No se van a detallar los resultados de los restantes tiempos verbales ya que son porcentajes muy bajos o nulos, es decir, los correspondientes al pasado continuo y al futuro perfecto.

En la Tabla 9 se muestran las variaciones en el uso y forma de los tiempos verbales halladas en el análisis de los cuatro países.

VARIACIONES EN EL USO Y FORMA TIEMPOS VERBALES	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
PRESENT CONTINUOUS	0	0	5	6
PRESENT SIMPLE	0	0	4	4
PRESENT PERFECT	2	0	11	1
PAST SIMPLE	3	0	7	8
PAST CONTINUOUS	0	0	0	0
PAST PERFECT	0	0	0	0
FUTURE SIMPLE	0	0	0	1
FUTURE PERFECT	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	5	0	27	20

**Tabla 9.** Variación del uso de tiempos verbales en India, Pakistán, China y Hong Kong.

La Tabla 9 muestra que no se han detectado muchos casos de variación en el uso de los tiempos verbales en general y que son los grupos de China y Hong Kong los que más variación presentan de los cuatro grupos del corpus con 27 y 20 casos respectivamente. El grupo de Pakistán no presenta ninguna variación y el grupo de India solamente cinco casos.

A continuación se muestran algunos ejemplos de dichas variaciones en los e-mails de la India:

**Past Simple:**

*We are very happy to confirm we close marcatex-200 order 70000 euro-seventy thousand euro., We are very happy to receive your valuable order PO from BANGALORE OFFICE last week.*

**Present Perfect:**

*Jayampathi had already called the technical head of Hiradaramni Susiri Nissanka to visit and see the machine but not yet \_\_\_\_\_ visited them, Personally \_\_\_\_\_ spoken with MR YU KA LEUNG-NGASHING OWNER...*

A continuación se observan algunos ejemplos de la variación del uso de tiempos verbales pasados, en los escritores chinos, dicha variación consiste en la no utilización o en la alteración de la forma.

*Our factory also already close for the Chinese New Year Holiday and most of my staff has already (gone) back to Home Town...*

*., In addition Y. has welcome us to visit them..... ,*

*Long time no see so far after the exhibition in W hotel (Hong Kong),*

*I do not think I have low down the price....,*

*As I have check the internal staffs they has confirmed.,*

*But, after aware customer has not received your phone call or e-mail about our deal. And they sound unhappy, then they start asking me further....*

*, You have not told me you low down the price purpose to sell our machine.,*

*we have not low down the price, I sincerely hope we (have) don the business as you have mentioned,*

*I think you are very busy, otherwise I might receive your mail several days ago.,*

*There is a problem with our new G2 machine on last Saturday\_\_, I had asked our engineer to come and check the machine, but we can't found what wrong.,*

*In addition, our technician Miss Fong has do the basic training for the...,*

*I have call Windy two day ago,*

*I have speak to Juki Singapore , Pegasus and Kansai during the exhibition,*

*I have check with Ch. and J., their order is very good and factory fully book up to June as well. ,*

*You written feedback from your side is highly appreciated.*

En el siguiente apartado se muestran otras variaciones encontradas en el grupo de China, así como ejemplos aclaratorios extraídos del propio corpus (Véase Anexo 1):

**Alteración en el uso de verbos auxiliares:**

*No matter WHO (is) going to close the deal,*

*The behind message is Laser company Hong Kong (has) don negotiation price with client directly,*

*...you only need to come from time to time, and need not travel so much for any reasons,*

*if she don't take the machine April...*

**Intercambio del uso del verbo *to be* y el verbo *to do* como auxiliares:**

*....it's not make sense to have room for production....,*

**Ausencia de la –s de la 3ª persona singular presente simple:**

...matter who close the deal...

Channal know what I have done and I have told him after

But to my disappointment Laser company, a well know international company, do the business in this way,

Juki existing delivery need 60 days to 90 days.

**Variaciones en las terminaciones de –ing:**

They will think NS is keep a lot of margin,

...get 6% lower price without notify us...,”

...you are cutting our profit without notify and agree with us,

sewing machine company (is) also facing production problem.

**Adverbios que actúan como marcadores temporales:**

Our factory also already close for the Chinese New Year Holiday and most of my staff has already (gone) back to Home Town...,

Long time no see so far afer the exhibition in W hotel (Hong Kong),

I do not think I have low down the price, since not able to reach you on Wednesday NIGHT...,

You have not told me you low down the price purpose to sell our machine, until yesterday morning.,

I think you are very busy, otherwise I might receive your mail several days ago

There is a problem with our new G2 machine on last Saturday

I have call Windy two day ago

A continuación mostraremos los ejemplos de las diferentes variaciones halladas en los tiempos verbales del corpus de escritores procedentes de Hong Kong:

**Alteración del uso de tiempos verbales pasados:**

Just able to reach Patrick,

FYI. I contact Dr Linus Siu, he is Group General Manager, just under Dr. Harry Li and Tommy is far away from him. I knew him since 1992...,

If already arrived HK when will deliver to Ngai Shing office?? - If not yet arrival. WHEN will arrival?? ,

As you know, you've sold us one G2 last time that is only main equipment without any spare parts. And the machine has been not workable due to the bad board part. ,

Sorry for step in, since not see any reply from NS...

Raymond call me this morning and ask for help. Ellen is sick leave this morning, can't reach even her mobile...

**Alteración del uso de tiempos verbales futuros:**

In case, they keep on schedule, I already told them they may only have half day to see our product line. And we pick them up from airport directly to office first.

**Alteración en el uso de verbos auxiliares:**

How long it takes for Smpls & bulk?

does any one in charge of this,

I have a bit confused in the price

**Ausencia de la -s de la 3ª persona singular presente simple:**

It match with my plan to develop Northern China Market as I told you last month ,

Time fly.

But, we could use G2 shorten 30 or 60 minutes, that already function., Each color dyestuff cost 18 EURO per Kg and each color is fixed package

**Variaciones en el uso de los tiempos continuos:**

Will (be) waiting for your further advise for meeting with frontline,

(will be) Waiting for Patty adv further, will keep you post once receive any news ,

Pls advise should I arrange ticket to Shanghai by myself or you send me e-ticket to Shanghai?,

Looking forward to meet both or you soon,

Thanks for your support and looking forward to receive those stuffs for study in advance. ,

I also request that, they are checking for earlier schedule,

H. has brought up some questions, which (are) waiting answer from you,

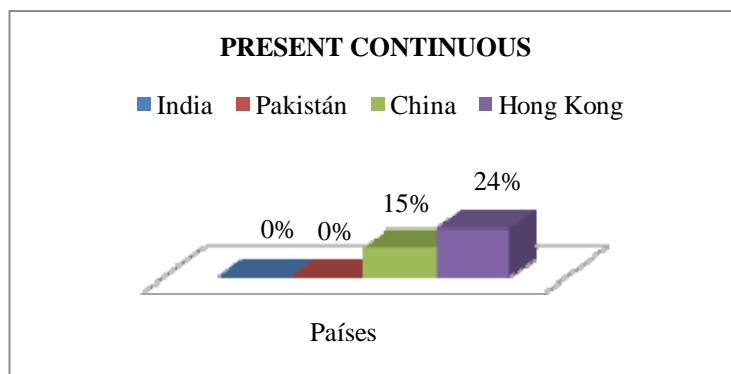
Thanks for support and (I am) looking forward to...

**Adverbios como marcadores temporales:**

Raymond call me this morning and ask for help. Ellen is sick leave this morning, can't reach even her mobile...

Los ejemplos que hemos observado se representan a continuación en gráficas comparativas de los resultados de las variaciones en el uso de los tiempos verbales que reflejan los casos encontrados

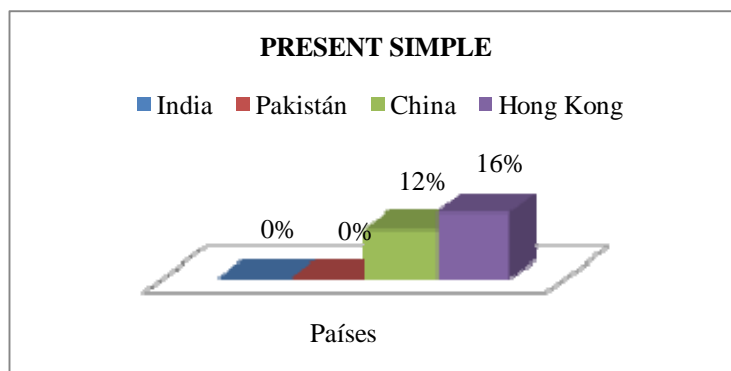
en los cuatro grupos de escritores. En la Gráfica 13 se comparan los resultados de la variación en el uso del presente continuo:



**Gráfica 13.** Variación del uso del present continuous en los e-mails de los cuatro países.

Como hemos podido comprobar en las anteriores tablas, y tal como se refleja en la Gráfica 13, el grupo del corpus que presenta mayor variación en el uso del presente continuo es Hong Kong con un porcentaje de 24%, le sigue China con un 15% y por último India y Pakistán no presentan ninguna variación de dicho tiempo verbal.

En la Gráfica 14 se muestran los resultados comparados de la variación del uso del presente simple en los cuatro grupos de e-mails.

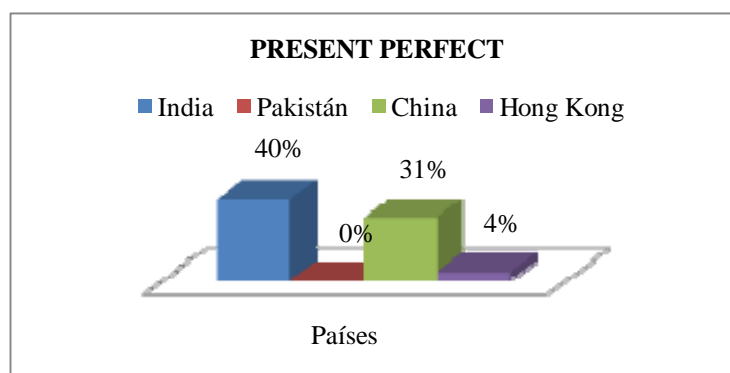


**Gráfica 14.** Variación del uso del present simple en los e-mails de los cuatro países.



El grupo de Hong Kong ha obtenido el porcentaje más alto de la variación con un 16%, seguido de China con un 12%. Una vez más los grupos India y Pakistán no presentan variación alguna en el uso del presente continuo..

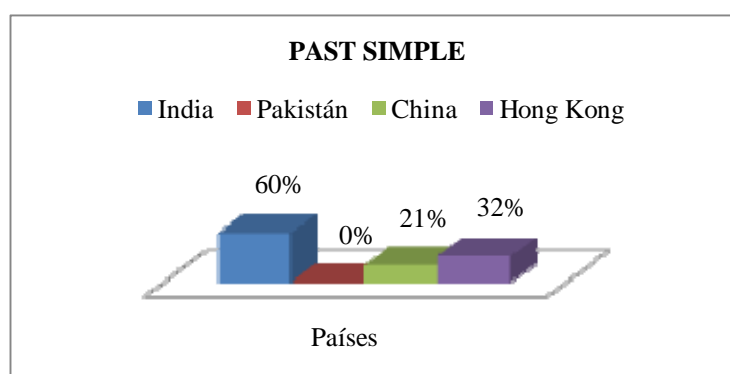
En la Gráfica 15 se muestran los resultados comparados de la variación del uso del presente perfecto en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 15.** Variación del uso del present perfect en los e-mails de los cuatro países.

El porcentaje más alto corresponde al grupo de India con un 40%, le sigue el grupo de China con un 31% y en tercer lugar está el grupo de Hong Kong con un 4%. En el grupo de Pakistán no se han hallado variaciones.

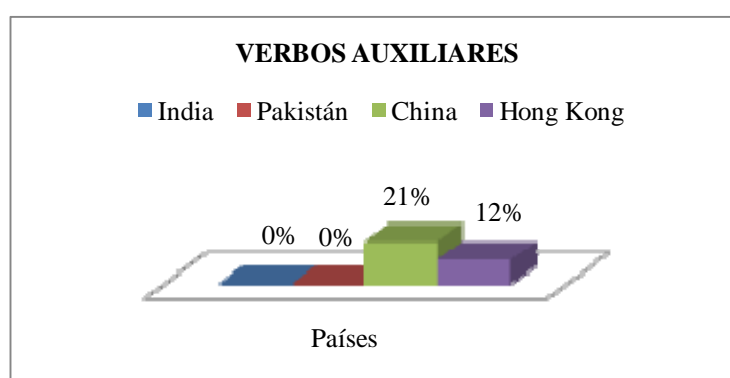
La Gráfica 16 muestra los resultados contrastados de la variación en el uso del pasado simple entre los cuatro grupos de escritores.



**Gráfica 16.** Variación del uso del past simple en los e-mails en los cuatro países.

Según los datos obtenidos comprobamos que el grupo de e-mails con mayor porcentaje de variación en el uso del pasado simple es el de India con un 60%, le sigue Hong Kong con un 32% y en tercer lugar está el grupo de China con un 21%. Pakistán no ha presentado ninguna variación en este tiempo verbal.

La Gráfica 17 muestra los resultados contrastados de la variación en el uso de los verbos auxiliares de los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 17.** Variación del uso de los verbos auxiliares en los cuatro países.

El grupo que mayor porcentaje de variación presenta ha sido China con un 21% seguido de Hong Kong con un 12%. Los grupos de India y Pakistán no han presentado ninguna variación en el uso de los verbos auxiliares. Tras observar los resultados de las variaciones del uso y forma de los tiempos verbales en los cuatro grupos de e-mails extraemos que el grupo de Pakistán no ha presentado ningún caso de variación y los grupos de China y Hong Kong han presentado mayor número de variaciones que el resto de grupos. El grupo de India si ha presentado variaciones pero no son relevantes.

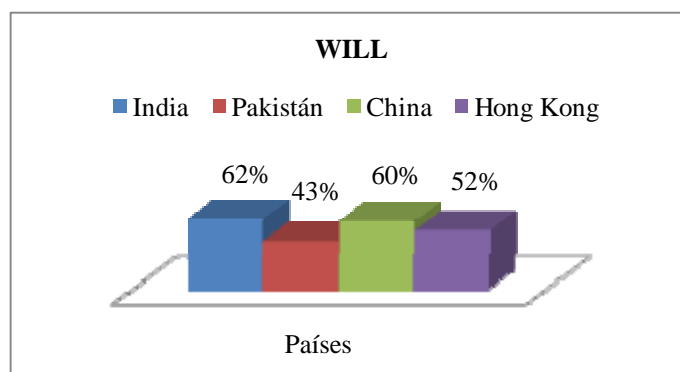
#### **8.1.4. Uso y variación de los verbos modales que expresan certeza**

Seguidamente se muestran los resultados obtenidos del análisis del uso de los verbos modales en los cuatro grupos de escritores. En la Tabla 10 se incluyen todos los verbos modales que se eligieron para la búsqueda inicial, por lo tanto, se muestran todos los casos encontrados en el corpus, de esta forma hay algunos que aparecen como cero como consecuencia de la ausencia de uso.

VERBOS MODALES	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Will	13	24	58	31
Will not	0	7	3	5
Can	2	15	17	10
Can not	0	3	0	0
May	1	2	6	2
May not	1	0	1	1
Might	0	1	1	0
Might not	0	0	0	0
Could	3	0	2	10
Could not	0	1	0	0
Must	1	3	8	2
Must not	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	21	56	96	61

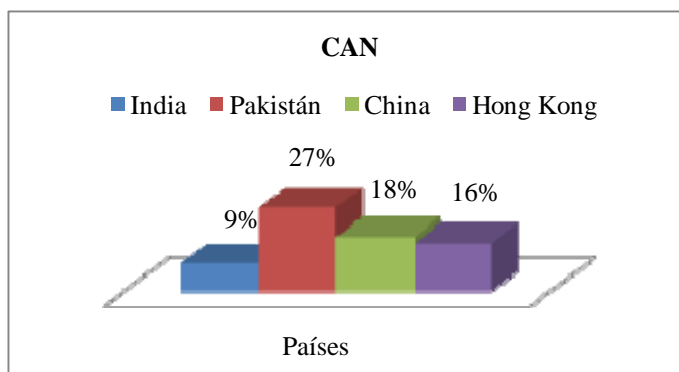
**Tabla 10.** Uso de verbos modales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Contrastando los cuatro grupos del corpus, hallamos que el verbo modal de certeza más utilizado en todos los e-mails es *will* y en segundo lugar *can*. Los verbos modales que no han obtenido ningún resultado en ninguno de los grupos han sido *might not* y *must not*. A continuación se presentan las gráficas comparativas de los resultados de cada uno de los verbos modales. No se han incluido en las gráficas los verbos modales que no han obtenido resultados. En la Gráfica 18 se reflejan los resultados del verbo modal *will*:



**Gráfica 18.** Uso del verbo modal *will* en los e-mails de los cuatro países.

Comprobamos que el porcentaje más alto corresponde a los e-mails de India con un 62%, seguido del grupo de China con un 60%, en tercer lugar se posiciona el grupo de Hong Kong con un 52% y finalmente el de Pakistán con un 43%. Es destacable la unanimidad en el uso de este verbo modal en los cuatro grupos de escritores. En la Gráfica 19 observamos los resultados contrastados del uso de *can* en los cuatro grupos de e-mails:



**Gráfica 19.** Uso del verbo modal *can* en los e-mails de los cuatro países.

Observamos que destaca en su uso el grupo de Pakistán con un 27%, seguido del grupo de China con un 18%, a continuación se encuentra el grupo de Hong Kong con un 16% y finalmente el grupo de India con un 9%. Como hemos aclarado anteriormente, el resto de los resultados del uso de los verbos modales de certeza han sido muy bajos los porcentajes o inexistentes. En el apartado de las conclusiones se comentarán brevemente con más detalle.

### 8.1.5. Uso y variación de los adverbios de certeza

A continuación se exponen los resultados obtenidos del análisis del uso de los adverbios que expresan grados de certeza en los diferentes grupos de e-mails que componen el corpus. En la Tabla 11 se muestran los resultados extraídos del análisis del uso de los adverbios de certeza de los cuatro grupos de e-mails:

<b>ADVERBIOS DE CERTEZA/ INCERTEZA</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTAN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
CLEARLY	1	0	2	0
REALLY	2	0	3	1
PERHAPS	0	3	0	0
CERTAINLY	0	1	0	0
POSSIBLY	0	0	2	0
SOMETIMES	0	0	1	0
<b>TOTAL</b>	3	4	8	1

**Tabla 11.** Uso adverbios que expresan certeza o incerteza en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Los escritores chinos son los que muestran un número más elevado de uso de adverbios de certeza, con 8 casos de entre los cuatro grupos, le siguen los pakistaníes con 4 casos, en tercer lugar están los indios con 3 casos y por último los de Hong Kong con un caso solamente.

### **8.1.6. Uso y variación de las construcciones copulativas**

En este apartado se presentan los resultados obtenidos del análisis del uso de las construcciones copulativas en el conjunto del corpus analizado. Como hemos realizado anteriormente con otros apartados, se muestran los resultados por países y se contrastan entre sí. A continuación en la Tabla 12 se muestran los resultados del uso de las construcciones copulativas en el corpus de e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong:

Uso de las construcciones copulativas	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Is	7	36	11	6
Is not	0	8	0	0
Are	10	12	63	34
Are not	1	0	4	4
Was	11	8	16	7
Was not	0	0	0	0
Were	0	0	1	3
Were not	0	0	1	0
Will be	5	3	8	5
Will not be	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	34	67	104	59

**Tabla 12.** Uso de las construcciones copulativas en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Tras observar los resultados del uso de las construcciones copulativas, destacamos que el grupo del corpus con mayor número de construcciones copulativas es el de China con 104 casos, seguido de Pakistán con 67 casos, Hong Kong se sitúa a continuación con 59 y en último lugar India con 34. Las construcciones formadas con *is* son las que obtienen mayor número de frecuencias en total, seguidas de las formadas con *are*.

En la siguiente Tabla 13 se muestran los resultados extraídos del análisis de las variaciones en el uso de las construcciones copulativas en los cuatro países estudiados. La variación de la construcción copulativa consiste en la no utilización del verbo *to be* en alguna de sus personas.

Variación en el uso de los verbos copulativos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Am	8	3	3	5
are	0	0	0	3
is	0	0	4	7
was	0	0	3	0
TOTAL	8	3	10	15

**Tabla 13.** Variación del uso de la cópula en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Como se refleja en la Tabla 13, el mayor número de casos de variación en la construcción copulativa corresponde al grupo de escritores de Hong Kong, a continuación tenemos el grupo de China y, en tercer lugar, los grupos de India y Pakistán. La forma de la primera persona singular del presente simple *am* es la que presenta mayor número de casos en los cuatro grupos y las formas *are* y *was* son las que menos casos presentan en el conjunto del corpus. La forma *is* presenta algunos casos en los grupos de China y Hong Kong.

A continuación se muestran algunos ejemplos de variación en el uso y la forma de la cópula de los e-mails de India (Véase Anexo 1 para más detalle):

***Am***

*Congratulations \_\_\_\_\_very happy for the family invitation.....,*

*\_\_\_\_\_happy to start business with this group again*

*\_\_\_\_\_Pleased to enclose the last two weeks recap,*

*Now \_\_\_\_\_safely at d-16 barcelona doha terminal*

Ejemplos de Pakistán:

***Am***

*US Ap. have called me and \_\_\_\_\_very angry on after sales problems*

Ejemplos de China:

**Is**

*(There is) No need to make it so worry?*

*(It is) Not a problem*

*when we press the button, and it no reaction*

**Am**

*(I am) Not so happy with this first machine*

*(I am) deep sorry the report is in Chinese wording*

**Was**

*Since (I was) not able to reach you on...*

*...but we can't found what (was) wrong*

*I had asked our engineer to come and check the machine, but we can't found what (was) wrong*

**Ejemplos de Hong Kong:**

**Is**

*Since Toni (is) in Valencia*

*Hope everything (is) fine for you*

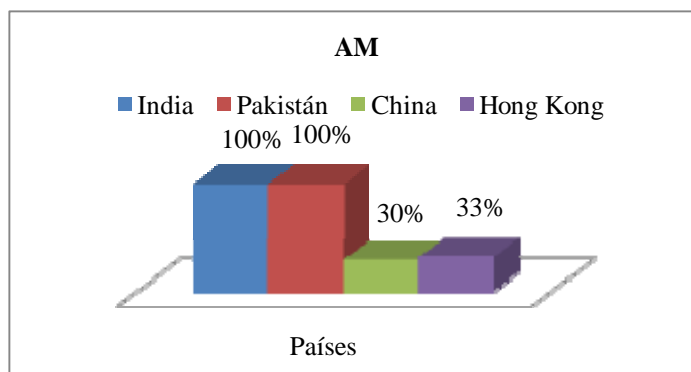
**Are**

*All off-shore factories (are) under his supervision*

*We (are) already in contact with them..*

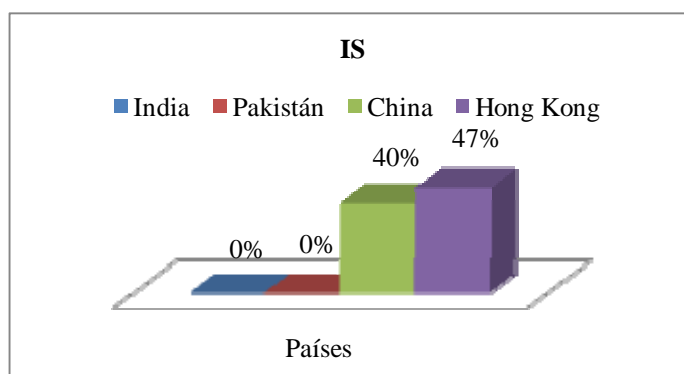
Las variaciones del uso de la cópula encontradas en el análisis del corpus con mayor frecuencia son las correspondientes a la no utilización de *am*, la omisión de *am* se observa en todos los grupos. Así se refleja en la Gráfica 20,





**Gráfica 20.** Variación del uso de la cópula *am* en los e-mails de los cuatro países.

Observamos que los grupos de India y Pakistán han obtenido mayor porcentaje de variación en la forma *am*, ya que ha sido la única variación hallada en estos dos grupos, mientras que los grupos de Hong Kong, con un 33%, y China, con un 30%, han obtenido un porcentaje más bajo por no ser la única variación hallada. En la Gráfica 21 se muestran los resultados comparados de la variación del uso de *is* en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 21.** Variación del uso de la cópula *is* en los e-mails de los cuatro países.

Como se comprueba, el grupo de Hong Kong ha obtenido el mayor porcentaje de variación de los cuatro grupos con un 47%, seguido del grupo de China con un 40%, los otros dos grupos de India y Pakistán no han presentado ninguna variación en esta forma. No se han considerado relevantes los resultados de la variación de las formas *was* y *are*, por lo que presentamos gráficas que los reflejen.

### 8.1.7. Uso y variación de las construcciones de voz pasiva

En este apartado presentamos los resultados comparativos obtenidos del análisis del uso de las construcciones de voz pasiva en el conjunto del corpus. En la Tabla 14 se muestran el conjunto de los resultados de los cuatro grupos de e-mails:

Uso de las construcciones pasivas	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Is + past participle	0	4	5	2
Is not + p.p.	0	1	1	0
Are + past participle	1	0	0	2
Are not + p. p.	0	1	0	0
Was + p.p.	1	2	3	0
Was not + p.p	0	0	0	0
Were + p.p.	0	0	0	0
Were not + p.p.	0	0	0	0
Will be + p.p	2	0	1	1
Will not be + p. p.	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	4	8	10	5

**Tabla 14.** Uso de las construcciones de voz pasiva en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Como se detalla en la Tabla 14, el uso de las construcciones pasivas no es muy frecuente en los cuatro grupos del corpus. El grupo de e-mails en el que se observa mayor uso de la pasiva es en el grupo de escritores de China, seguido del de Pakistán, en tercer lugar se encuentra Hong Kong y en finalmente India.

Como en los casos anteriores presentamos también las variaciones del uso de las construcciones de voz pasiva, que han sido halladas en el análisis del corpus. Las diferentes variaciones son la omisión del uso verbo *to be* o la variación en la forma del participio pasado.

Variación en el uso de las construcciones pasivas	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Is + past participle	0	0	2	2
Is not + p.p.	0	0	0	0
Are + past participle	0	0	0	2
Are not + p. p.	0	0	1	0
Was + p.p.	0	0	2	0
Was not + p.p	0	2	0	0
Were + p.p.	0	0	0	0
Were not + p.p.	0	0	0	0
Will be + p.p	0	0	3	1
Will not be + p. p.	0	0	0	0
Must be + p.p.	0	0	2	0
<b>TOTAL</b>	0	2	8	5

**Tabla 15.** Variación del uso de la construcción pasiva en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Como se refleja en la Tabla 15 el grupo de escritores chinos es el que presenta mayor frecuencia de variación en el uso/ forma de la voz pasiva, seguido de Hong Kong y por último Pakistán. Destacamos que en el grupo de India no se ha detectado ninguna variación. Seguidamente podemos observar los ejemplos de las variaciones en el uso de la voz pasiva:

Ejemplos Pakistán:

*Good job done by your people to take care of this problem. Your point regarding the chiller liquid (was) well taken  
Besides one beam expender (was) also needed though not too bad*

Ejemplos de China:

*...that the L/C will be issue after the Chinese New Year Holiday.  
You told me that the G2 will be bit late & will ship out around mid of Jan.,  
All payment for L/C 315011530480-B are release to you so no discrepancies will be occurred any more,  
I (was) forced to call customer to understand the status..  
**MUST** (be)sent to us within the same day after you have quoted.  
The above problem must (be) settle quickly,  
I have tried to call you on your mobile phone but (it was) disconnected  
.... not only Ngai Shing and Laser company is fully book up to June...,  
I have check with Ch. and J., their order is very good and factory (is) fully book up to June as well.*

Ejemplos de Hong Kong:

*Youngor will order 1 more G2 after new laundry plant setup (is) completed.*

*What sort of this treatment (was) applied?*

### 8.1.8 Uso y variación de las preposiciones

Dentro del nivel de análisis gramatical hemos incluido los resultados del uso de las preposiciones por los escritores de los cuatro países que conforman el corpus. En la Tabla 16 se muestran los resultados contrastados de los cuatro grupos de e-mails:

Uso de las preposiciones oracionales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
to	60	122	134	83
from	6	27	19	10
with	20	27	44	31
without	1	6	4	0
for	75	48	68	69
of	22	118	53	26
in	47	90	52	55
on	12	36	41	26
at	4	25	8	2
<b>TOTAL</b>	247	499	423	303

**Tabla 16.** Uso de las preposiciones oracionales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Tras observar los resultados del uso de las preposiciones en todos los grupos del corpus, podemos destacar que el grupo del corpus que muestra mayor número de casos de uso de las preposiciones es el de Pakistán con 499 preposiciones en total, seguido de China con 423 preposiciones, en tercer lugar se encuentra Hong Kong con 303 y por último India con 247.

En la siguiente Tabla 17 se presentan los resultados de las variaciones halladas en el análisis del uso de las preposiciones entre los cuatro grupos de hablantes. Estas variaciones son de dos tipos, por un lado, la no utilización de la preposición y por otro, el uso diferente, utilizando otra preposición.

Variación en el uso de las preposiciones oracionales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
to	0	0	5	2
from	0	0	0	0
with	0	1	1	0
without	0	0	0	0
for	1	1	3	4
of	0	0	1	2
in	0	1	1	1
on	2	2	1	0
at	0	0	0	0
under	0	1	0	0
by	0	0	1	1
about	0	0	1	0
<b>TOTAL</b>	3	6	14	10

**Tabla 17.** Variación del uso de las preposiciones oracionales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Después de comparar los cuatro resultados de variación en el uso de las preposiciones de los cuatro grupos de e-mails, podemos señalar que el mayor índice de variación en el uso de las preposiciones corresponde a los escritores de China, seguido de Hong Kong, en tercer lugar están los pertenecientes a Pakistán y por último a India. A continuación mostramos algunos ejemplos de las variaciones encontradas en el uso de las preposiciones (Véase Anexo 1):

Ejemplos de la India:

**ON:**

*it was indeed pleasure meeting last week \_\_\_-Friday /Saturday*

*Our president X has given word that \_\_\_Dec 18<sup>th</sup> we will ship the machine*

**FOR:**

*GOOD LUCK FOR THR 50 NEW STORES ADDITION \_\_\_NEXT YEAR IN INDIA AND WORLD OVER GROWTH*

Ejemplos de Pakistán:

**In**

*To best of my knowledge it was the Windows protection which was (in) bad condition.*

**Uso de *since* en lugar de *for***

*Clients know this thing. We are in Textile Business since 1978 and with GFK since last 5 years approximately*

### **Uso de *on* en lugar de *by***

*...solve the issues at minimum cost and even remotely on telephone.*

*Us Ap. have problems with BIGMAC and G” and the entire issue was solved on email*

### **Ejemplos de China:**

#### ***To***

*We want all the parts sent (to) us,*

*....during your visit (to) us last week*

*I will go (to) HK this week to see Laser machine*

#### ***For***

*Thanks (for) your reply*

*It's a good time (for) you (to) come to us next week*

### **Uso de *to* en lugar de *of***

*After you have the Sales Contract to client*

#### ***By***

*However, please be informed that the contract has not been signed (by) my side due to,*

#### ***About***

*It's very helpful to us to know more (about) the operation*

### **Uso de *for* en lugar de *to***

*Looking forward for your reply*

#### ***With***

*I will try to get back to you (with) the appointment time*

### **Ejemplos de Hong Kong:**

#### ***In***

*I could contact Frontline and Guess (in the) same period?*

### **Uso de *for* en lugar de *to***

*...he cannot just come for fix one screw.*

*Regarding your preference want Tony be specific one to come for fix G2 in future...*

*...could send the material which you use for CDS people training for study*

### **By**

*However, please be informed that the contract has not been signed (by) my side due to...*

*...that contract has not been signed (by) my side*

### **Of**

*For sure we will have a lot (of) contact*

*and hope you don't mind me to ask a lot (of) question*

## **8.1.9. Uso y variación de los conectores**

En este apartado se presentan los resultados obtenidos del uso de los conectores en el corpus analizado y sus variaciones. Se han clasificado los diferentes conectores en varias tablas comenzando por los aditivos, los que organizan la información, los contrastivos, los causales y por último los temporales.

### **8.1.9.1. Uso de los conectores aditivos**

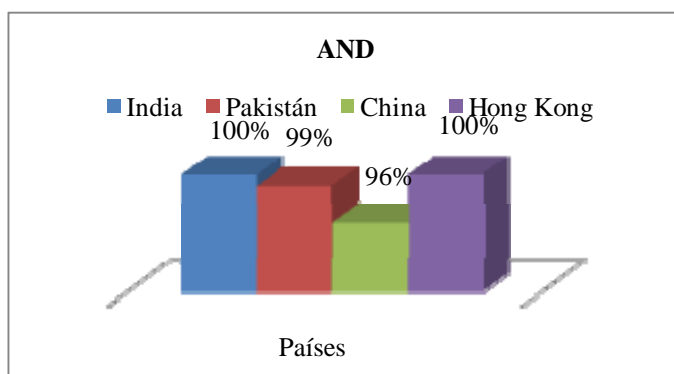
En primer lugar se reflejan los resultados del uso de los conectores aditivos en todos los grupos de e-mails, como se puede apreciar en la Tabla 18.

<b>Uso de conectores aditivos</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTÁN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
AND	42	72	90	59
IN ADDITION	0	1	4	0
FURTHERMORE	0	0	0	0
MOREOVER	0	0	0	0
TOTAL	42	73	94	59

**Tabla 18.** Uso de conectores aditivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

La Tabla 18 refleja los resultados del uso de los conectores aditivos en los cuatro grupos de

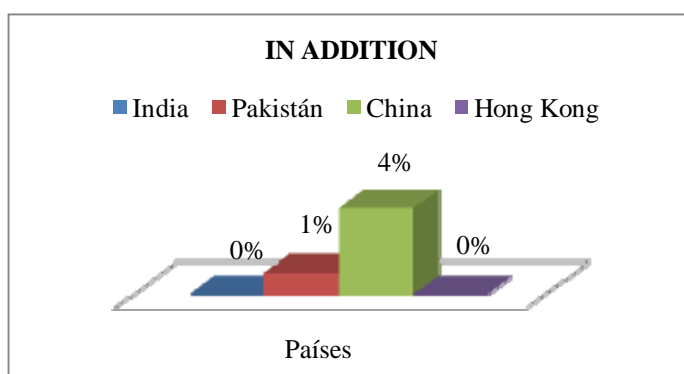
e-mails, como se puede observar el grupo de China es el que presenta mayor número de casos de uso de dichos conectores, a continuación le sigue el grupo de Pakistán, en tercer lugar el de Hong Kong y por último el de la India. El conector con mayor número de casos en todos los grupos es *and*, como veremos representado en las gráficas que a continuación se exponen. Los resultados obtenidos del uso de los conectores aditivos en los cuatro grupos del corpus se pueden observar en la Gráfica 22:



**Gráfica 22.** Uso del conector aditivo *and* en los e-mails de los cuatro países.

Comprobamos que los grupos que obtienen mayor porcentaje de uso del total son los de India y Hong Kong, le sucede el de Pakistán, y en último lugar se encuentra China. En todos ellos es el conector aditivo *and* el que obtiene el mayor índice de uso.

En la Gráfica 23 se observa el uso del conector *in addition* comparado en los cuatro grupo de e-mails.



**Gráfica 23.** Uso del conector aditivo *in addition* en los e-mails de los cuatro países.

Apreciamos que el grupo con mayor porcentaje de uso de dicho conector es China, con un 4% y luego Pakistán con un 1%, los otros dos grupos no presentan ningún resultado de uso. Los dos



conectores que se habían analizado, *furthermore* y *moreover*, no han obtenido ningún resultado de uso.

### 8.1.9.2. El uso de los conectores para la organización de la información

En la Tabla 19 se presentan los resultados obtenidos del análisis del uso de los conectores de organización de la información en los cuatro grupos de e-mails:

Uso de conectores para la organización de la información	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
FIRSTLY	0	0	0	0
SECONDLY	0	0	0	0
THIRDLY	0	0	0	0
FINALLY	0	2	0	0
<b>TOTAL</b>	0	2	0	0

**Tabla 19.** Uso de conectores para la organización de la información en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Al contrastar el uso de los conectores de organización textual de los cuatro grupos del corpus, observamos que no han sido utilizados en general en ninguno de los cuatro grupos de e-mails a excepción de *finally* con 2 casos en el grupo de e-mails de Pakistán.

### 8.1.9.3. El uso de los conectores contrastivos

En la Tabla 20 se presentan los resultados obtenidos del análisis del uso de los conectores contrastivos en los cuatro grupos de correos electrónicos.

Uso de conectores contrastivos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
BUT	0	22	16	10
ALTHOUGH	0	2	0	0
WHILE	0	0	0	0
WHEREAS	0	0	0	0
EVENTHOUGH	0	0	0	0
HOWEVER	1	3	2	1
OR	4	7	-	-
<b>TOTAL</b>	5	34	18	11

**Tabla 20.** Uso de conectores contrastivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

En cuanto a los conectores contrastivos se refiere, observamos en la Tabla 20 los diferentes casos de utilización en cada grupo del corpus y destacamos que en el grupo de e-mails de Pakistán se han hallado el número más alto de casos con 34, en el grupo de China 18 casos, en el grupo de Hong Kong 11 y en el grupo de India 5. Destacamos que el conector más frecuentemente utilizado en todos los grupos es *but*, a continuación le sigue *or*, seguidamente *however* y por último *although*.

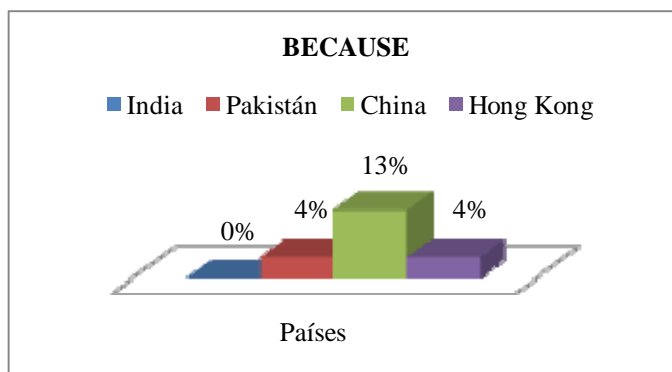
#### 8.1.9.4. El uso de los conectores causales

En la Tabla 21 se muestran los resultados del análisis de uso de los conectores causales en los cuatro grupos del corpus.

Uso de los conectores causales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
BECAUSE	0	2	6	1
AS	0	39	29	17
SINCE	0	6	10	5
DUE TO	0	3	2	2
THEREFORE	0	0	1	3
<b>TOTAL</b>	0	50	48	28

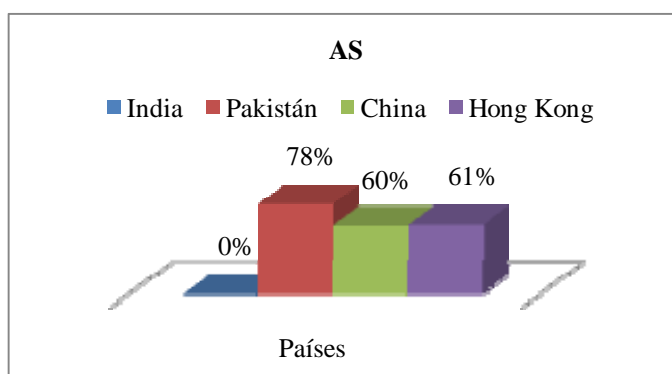
**Tabla 21.** Uso de conectores causales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Contrastando los resultados obtenidos del uso de los conectores causales en los cuatro grupos de e-mails destacamos que los escritores pakistaníes han hecho mayor uso de los conectores causales con 50 casos, en segundo lugar los escritores chinos con 48 casos y en tercer lugar los de Hong Kong con 25 casos. Resaltamos el hecho de que los escritores de India no han utilizado ningún conector causal. En el análisis de uso de estos tres grupos se ha hallado que el conector más utilizado en los tres ha sido *as*, seguido de *since*, a continuación se encuentra *because* y por último *due to* y *therefore*. A continuación presentamos las gráficas que reflejan más claramente los resultados comparados. En la Gráfica 24 podemos observar los resultados comparados del uso del conector causal *because* en los cuatro grupos de e-mails.



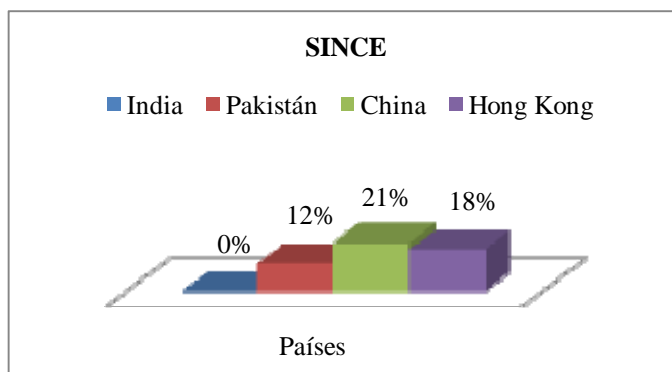
**Gráfica 24.** Uso del conector causal *because* en los e-mails de los cuatro países.

Se aprecia que el mayor porcentaje lo ha obtenido el grupo de e-mails de China con un 13%, le siguen los grupos de Hong Kong y Pakistán con un 4% y finalmente India que no presenta ningún resultado de uso. En la Gráfica 25 se muestran los resultados contrastados del uso del conector *as* en los cuatro grupos.



**Gráfica 25.** Uso del conector causal *as* en los e-mails de los cuatro países.

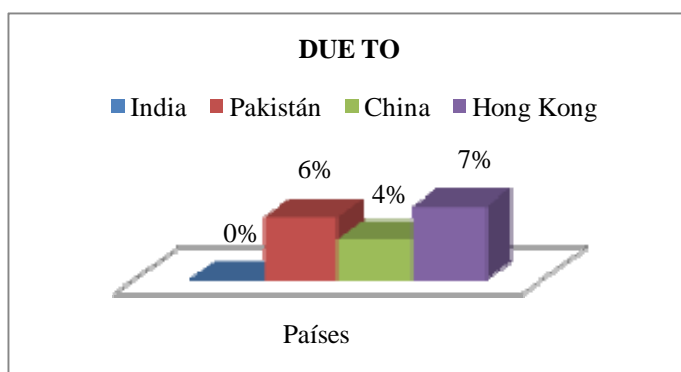
El porcentaje más alto corresponde a Pakistán con un 78%, le sigue Hong Kong con un 61% y China con un 60%. Destacamos que el grupo de India no ha obtenido ningún resultado de uso tampoco en este conector causal. En la Gráfica 26 se aprecian los resultados comparativos del uso del conector *since* en los cuatro grupos de países.



**Gráfica 26.** Uso del conector causal *since* en los e-mails de los cuatro países.

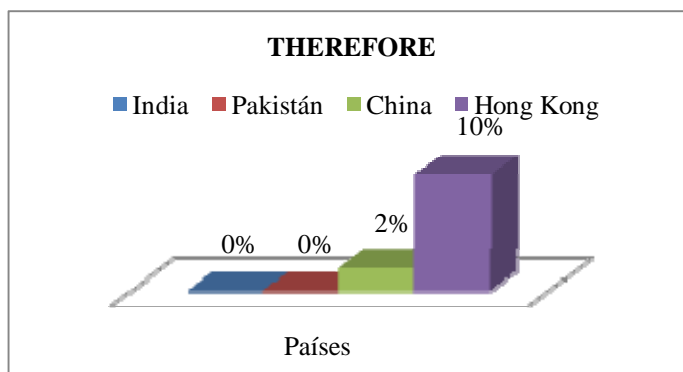
El porcentaje más elevado de uso le corresponde al grupo de China con un 21%, a continuación se posiciona el grupo de Hong Kong con un 18%, y en último lugar se encuentra el grupo de Pakistán con un 12%. El grupo de India no ha obtenido ningún resultado de uso.

En la Gráfica 27 se presentan los resultados comparados del uso del conector *due to* de los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 27.** Uso del conector causal *due to* en los e-mails de los cuatro países.

Se puede apreciar que el porcentaje más elevado de uso corresponde al grupo de Hong Kong con un 7%, seguido del grupo de Pakistán con un 6% y por último el grupo de China con un 4%. El grupo de India no presenta ningún resultado de uso. En la Gráfica 28 se presentan los resultados comparados del uso del conector *therefore* en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 28.** Uso del conector causal *therefore* en los cuatro países.

Como podemos comprobar el grupo de Hong Kong ha obtenido el resultado más alto con un 10%, le sigue el grupo de China con un 2% y los dos grupos restantes, Pakistán e India no presentan ningún resultado de uso

#### 8.1.9.5. Uso y variación de los conectores consecutivos

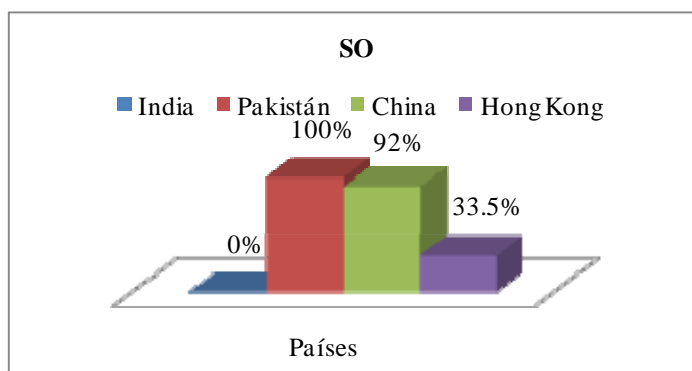
En la Tabla 22 que se muestran a continuación se presentan los resultados del uso de los conectores consecutivos en los cuatro grupos de correos electrónicos que componen el corpus.

Contrastando los cuatro grupos de e-mails observamos que el conector *so* es el más utilizado en tres de los cuatro grupos y que el grupo de India no ha obtenido ningún caso de uso.

Uso de los conectores consecutivos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
SO	0	17	11	2
IN ORDER TO	0	0	1	4
TOTAL	0	17	12	6

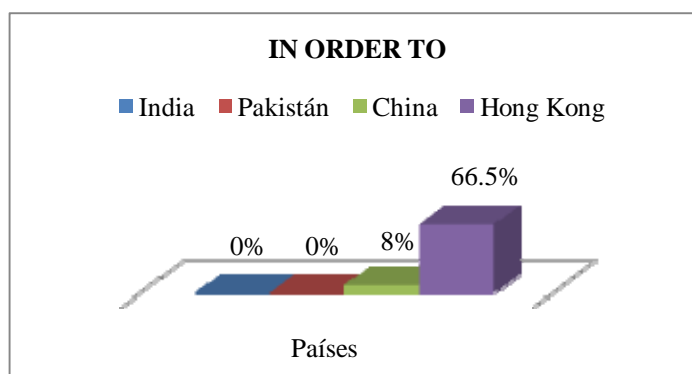
**Tabla 22.** Uso de conectores consecutivos en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

A continuación se presentan las gráficas que reflejan los resultados del uso de los conectores consecutivos comparados de los cuatro grupos de e-mails. En la Gráfica 29 se reflejan los resultados contrastivos del uso del conector consecutivo *so* en todos los grupos de escritores.



**Gráfica 29.** Uso del conector consecutivo *so* en los e-mails de los cuatro países.

Cuando se compararon los casos de uso de los conectores consecutivos en los cuatro grupos que conforman el corpus se halló que el grupo con mayor número de casos es el de Pakistán con un 100% del total de uso de *so*, seguido de China con un 92% y en tercer lugar Hong Kong con un 33.5%; una vez más el grupo de e-mails de India no presenta ningún caso de uso. En la Gráfica 30 se presentan los resultados comparados del uso del conector *in order to*.



**Gráfica 30.** Uso del conector consecutivo *in order to* en los e-mails de los cuatro países.

El porcentaje más alto corresponde al grupo de Hong Kong con un 66,5% del total y a continuación se encuentra el grupo de China con un 8%. Los dos grupos restantes, de Pakistán e India no presentan ningún resultado de uso.

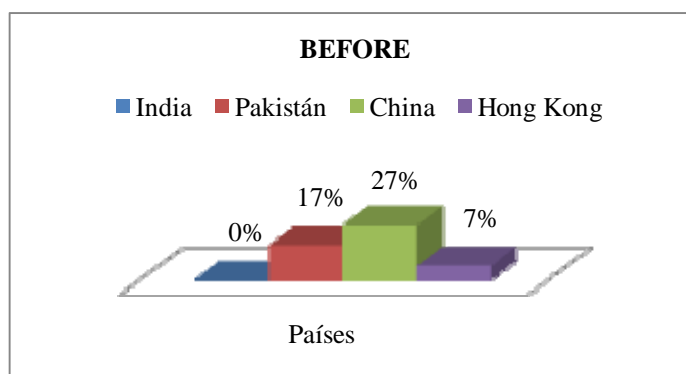
#### 8.1.9.6. Uso y variación de los conectores temporales

La Tabla 23 que a continuación se presenta, muestra los resultados del análisis del uso de los conectores temporales en los cuatro grupos de escritores.

Uso de los conectores temporales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
BEFORE	0	5	12	1
AFTER	3	12	25	6
WHEN	0	10	5	8
WHILE	0	0	0	0
WHENEVER	0	2	0	0
DURING	0	0	3	0
TOTAL	3	29	45	15

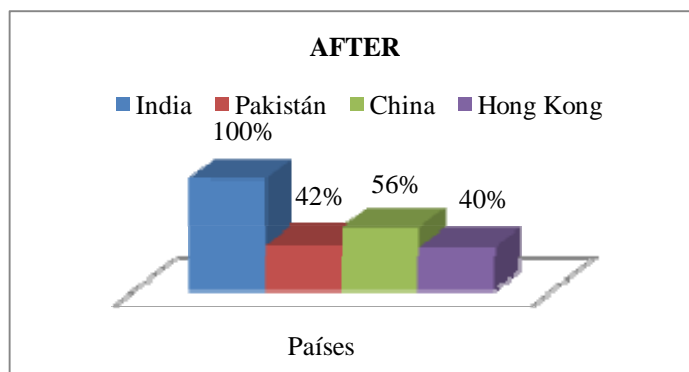
**Tabla 23.** Uso de conectores temporales en los e-mails de India, Pakistán, China Y Hong Kong.

Tras comparar los índices de uso de los conectores temporales entre los cuatro grupos del corpus podemos señalar que el grupo con mayor número de casos es el de China con 45 casos, después le sucede Pakistán con 29 casos, a continuación le sigue Hong Kong con 15 casos y el último lugar corresponde a India con 3 casos únicamente. A continuación se presentan las gráficas que reflejan los resultados comparativamente. En la Gráfica 31 se presentan los resultados comparados de uso del conector *before*.



**Gráfica 31.** Uso del conector temporal *before* en los e-mails de los cuatro países.

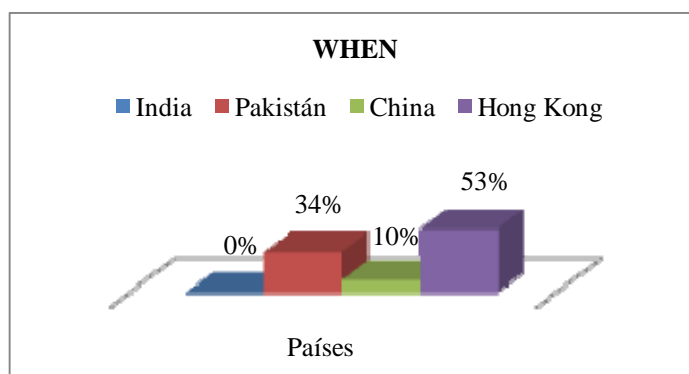
El grupo de China ha obtenido el porcentaje más elevado de uso con un 27%, le sigue el grupo de Pakistán con un 17% y en tercer lugar se encuentra el de Hong Kong con un 7%. El grupo de India no presenta ningún resultado de uso. En la Gráfica 32 se presentan los resultados comparados del uso del conectora *after* en los cuatro grupos del corpus.



**Gráfica 32.** Uso del conector temporal *after* en los e-mail de los cuatro países.

El grupo de India ha obtenido el porcentaje más alto de uso con un 100% del total en su grupo, le sigue el grupo de China con un 56%, en tercer lugar está el grupo de Pakistán con un 42% y por último el grupo de Hong Kong con un 40%.

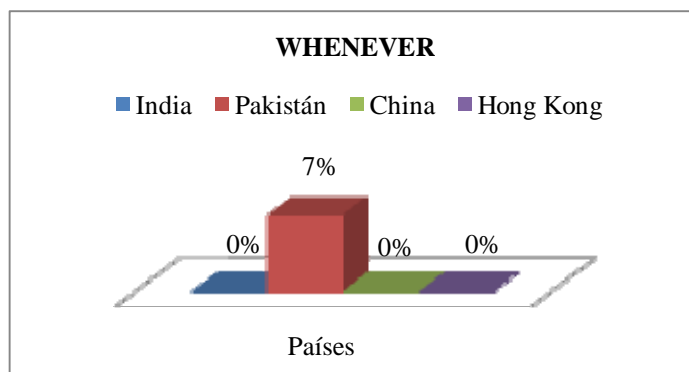
En la Gráfica 33 se presentan los resultados comparados del uso del conector *when* en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 33.** Uso del conector temporal *when* en los e-mails de los cuatro países.

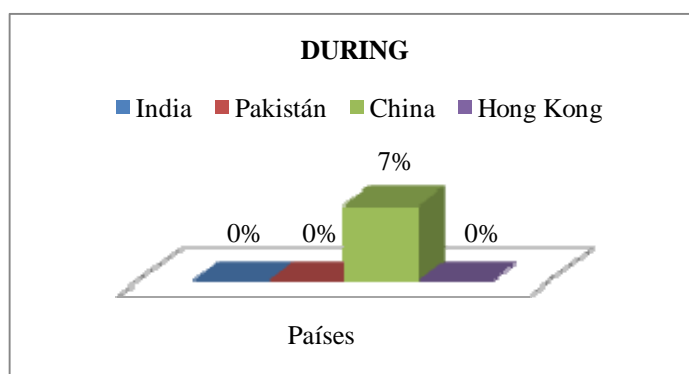
El grupo de Hong Kong presenta el porcentaje más elevado con un 53%, le sigue el grupo de Pakistán con un 34%, y finalmente el grupo de China con un 10%. El grupo de India no presenta ningún resultado de uso. En la Gráfica 34 se presentan los resultados comparados del uso del conector *whenever* en los cuatro grupos de e-mails.





**Gráfica 34.** Uso del conector temporal *whenever* en los e-mails de los cuatro países.

Podemos apreciar que solo un grupo ha obtenido resultados de uso y este es el de Pakistán, con un 7%, el resto de grupos no presentan ningún resultado de uso. En la Gráfica 35 se presentan los resultados contrastados del uso del conector *during* en los cuatro grupos de e-mails.



**Gráfica 35.** Uso del conector temporal *during* en los e-mails de los cuatro países.

Como se aprecia en la Gráfica 35 solamente un grupo ha obtenido resultados, el de China con un 7%, el resto de grupos no presentan ningún resultado de uso.

## **8.2. Análisis léxico**

El apartado que a continuación se presenta, es el que tiene como objetivo mostrar los resultados obtenidos de análisis léxico llevado a cabo en el corpus. Como hemos explicado anteriormente, es el segundo nivel de análisis del análisis oracional que se han realizado en total. De la misma manera que en el anterior nivel, se presentan los resultados de los diferentes rasgos léxicos analizados, contrastando cada grupo de e-mails con el de los otros países del corpus para obtener una clara visión de las diferencias y/o similitudes halladas según la precedencia del hablante.

La exposición de los resultados se realizará en tablas, en las que se pueden observar, en la primera columna, los rasgos léxicos analizados y en las siguientes, el número de casos hallados en los grupos de escritores. Como ya explicamos anteriormente, se elaboró una plantilla de análisis léxico en la que se incluyeron los siguientes rasgos léxicos:

- Formación de palabras compuestas
- Rasgos léxicos, en los que incluiremos los siguientes aspectos: Calcos léxicos, adaptación de la L1 a la L2, invención de nombres propios, las expresiones idiomáticas traducidas, las exageraciones, las abreviaciones, las expresiones de cortesía y estilo y la redundancia.

Estos rasgos léxicos han sido tomados como punto de referencia para confirmar o desestimar que existen variaciones en los diferentes grupos de e-mails. Tal información se ha basado en estudios anteriores llevados a cabo en las diferentes variedades de la lengua inglesa de los países que estamos analizando.

A continuación se presentan los resultados obtenidos del análisis léxico en los cuatro grupos de escritores, en primer lugar, se exponen los resultados del análisis de la formación de sintagmas nominales.

### **8.2.1. Formación de sintagmas nominales**

Siguiendo el orden de la plantilla de análisis léxico, en primer lugar se presentan en la Tabla 24 los resultados de la formación de sintagmas nominales compuestos en los cuatro grupos de e-mails.

Formación de sintagmas nominales	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
N+N	48	5	4	4
N+N+N	5	2	4	1
N+ADJ+N+N	-	-	2	-
N+N+N+N	-	-	1	-
N+PREP+N	7	1	-	-
ADJ+N	17	6	-	1
ADJ+N+N	2	1	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>6</b>

**Tabla 24.** Formación de sintagmas nominales en los e-mails de India, Pakistán, China y Hong Kong.

Se muestran a continuación algunos ejemplos de la formación de sintagmas nominales en los cuatro grupos del corpus:

Ejemplos de la India:

**N + N:**

*Customer delight,*

*laundry costing,*

*daughter wedding,*

*Gentleman agreement.*

**N+N+N:**

*meeting time today,*

*Frankfurt flight trip*

**N + PREP +N:** *Greetings for the week,*

*Greetings for meeting time.*

**ADJ + N:**

*Kind courtesy,*

*esteemed plant,*

**ADJ + N + N:**

*Small dinner meeting,*

*Higher price bargain.*

### Ejemplos de Pakistán:

**N+N:**

*chiller liquid,*

*JPI assurance*

**ADJ+N:**

*foreign principals*

**N+N+N:**

*family laser company*

*opening demo center,*

### Ejemplos de China:

**N+N+N+N:**

*Chinese New Year Holiday,*

*Laser company China office.*

**N+N:**

*China factory, Chinese boarder*

**N+N+N:**

*China custom clearance*

*Hong Kong China clients,*

### Ejemplos de Hong Kong:

**ADJ+ N:**

*Chinese culture*

**N+N:**

*Guess Asia HK(2),*

*China laundries,*

**N+N+N:**

*Cactus China laundries.*

Si comparamos los cuatro grupos de e-mails analizados, observamos que el grupo de escritores con más casos de formación de palabras corresponde a la India, en segundo lugar está China, le sigue Pakistán y en último lugar se encuentra Hong Kong. Los resultados nos indican la tendencia natural de los escritores de todos los grupos a la formación de sintagmas nominales compuestos.

### 8.2.2. Rasgos léxicos

Los rasgos léxicos que se han incluido en esta categoría son los calcos léxicos, la adaptación de palabras de la L1 a la L2, las expresiones idiomáticas traducidas, la invención de nombres propios, las expresiones de cortesía y estilo, las abreviaciones, las exageraciones, los arcaísmos y, por último, la redundancia.

En la Tabla 25 se presentan los resultados obtenidos del análisis de los rasgos léxicos hallados en los cuatro grupos de e-mails,

Rasgos léxicos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTAN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Calcos léxicos	7	4	2	1
Adaptaciones de la L1 a la L2	0	3	2	0
Expresiones idiomáticas traducidas	1	1	0	1
Invención de nombres propios	0	0	24	0
Arcaísmos	5	0	0	0
Exageraciones	0	2	0	0
Abreviaciones	5	5	30	48
Expresiones o palabras de cortesía y estilo ornamentado	45	5	5	5
Redundancia /reduplicación	0	2	0	0
Estilo muy directo e impositivo	0	0	10	14
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>22</b>	<b>49</b>	<b>69</b>

**Tabla 25.** Resultados de los rasgos léxicos hallados los cuatro grupos de e-mails.

Tras comparar los resultados de los cuatro grupos de e-mails advertimos que el grupo de e-mails que más casos de variación en los rasgos léxicos presenta es el de Hong Kong, le sigue el de la India, el grupo de China y por último Pakistán. Los escritores chinos y de Hong Kong destacan por el elevado número de casos en el uso de abreviaciones y los escritores procedentes de India destacan por el elevado uso de expresiones de cortesía y estilo ornamentado, así como los Pakistaníes no presentan resultados elevados en ninguno de los dos casos. Debemos destacar que se han hallado algunos casos de invención de nombres propios en el grupo de escritores chinos. A continuación se muestran algunos ejemplos de los diferentes rasgos léxicos de los cuatro grupos de e-mails (Véase Anexo 1):

Ejemplos de la India:

**Calcos léxicos:**

*We trust the mill production will grow for fabric with respect to garment plants,*

*No sooner they get FREIGHT*

**Expresiones idiomáticas traducidas:**

*We have miles to go to rise in each other eyes and market eyes*

**Expresiones con exceso de ornamentación estilística, cortesía y estilo indirecto:**

*It was indeed a pleasure meeting last week....,*

*we value our business association.....,*

*We are keen to meet again and develop this opportunity given,*

*happy new year for business and family prosperity in 2010 and life too,*

*must honestly complement for the store, music and ambience was world class....,*

*we would be delighted to have your presence....,*

*kindly accept our good wishes for the project venture.....,*

*we are fortunate to be associated with your esteemed group in business,*

*kindly accept our heartfelt congratulations for weaving and textile project venture,*

*kindly do the needful,*

*it was indeed great pleasure interacting with your life partner,*

*we are keen to forge long association & strong partnership.*

*Your business relationship is very valuable to us & our future growth in Asia region*

**Arcaismos:**

*.... to fructify next year*

*...kind thanks for Mr Amil for this gesture*

*kindly do the needful*

**Abreviaciones:**

*tmrw,*

*qtr,*

*u*

*thks,*

*recap*

**Ejemplos de Pakistán:**

**Calcos léxicos:**

*In the largest interest of Laser machine company, I am pleased to extend the hand...*

*We will take the opportunity to...*

*we need to attend the problem*

**Adaptaciones de la L1 a la L2:**

*Now the real picture will come in view when we shall be installing....*

*If I remain in the picture solely & no other agent jumps in to confuse Mr Yaquub...*

**Expresiones idiomáticas:**

*Let us forget the past & Forgive each other..*

**Exageraciones:**

*I am the only one in 200 Million population of Pakistan who knows laser machine*

*He fell in love with the samples of CDS and this going to open a new market to us*

*He is a poker player and a master of bluffing,*

**Abreviaciones:**

*Please allow me to tell u his type...*

*I hope u will be fine.*

**Expresiones / palabras de cortesía y estilo ornamentado:**

*In the largest interest of Laser machine company, I am pleased to extend the hand...*

*kindly select the space from the floor plans,*

*I would like to bring to your notice my disappointment...*

**Reduplicación:**

*...as well after many many meetings....,*

*I have repeatedly called several times.*

**Ejemplos de China:**

**Calcos léxicos:**

*No need to make it worry*

*..the behind message*

**Adaptación de la L1 a la L2:**

*Don't leave this argument between you and me*

*This kind of argument do not bring a harmony business relation*

*My concern is more deep in behind.*

**Invención de nombres propios:**

*Cason, Florence, Williams, Winney, etc*

**Abreviaciones:**

*Pls find out and...,*

*your proposal is not a solution needed to wait for after CNY holiday*

*Pls advise yr fty exact address, tk,*

*Your G2 rsult samples*

*We will confirm you asap.*

*X'max & a happy new year to you all & your family*

**Expresiones de cortesía y estilo:**

*Please Kindly*

**Estilo muy directo e impositivo:**

*We want all the parts sent us with the next Big M. shipment together.*

*,We have no room for Big m., it's not make sense to have room for production*



*Ok, we have tried everything now. I think its time to get some one here R., you are already in china, come to ningbo and sort this out*

*I want to fix the work schedule as well.*

*Need assistance urgently to find out why!!!!*

*I my concept that is clear o matter who close the deal that is NOT important for us. The important is closed the deal.?*

*The visit of your technician or sales team must be free.*

*There should not be any customers and agents.*

*We have clearly mentioned to your company that, your constant visit in sales and service in the first two years is compulsory.*

*This is very clear as you are a product supplier, it is your responsibility to start the business with good support to the client, if your every visit is charging the customers and agent, nobody will buy from you*

*Your transportation cost is very unfair*

**Ejemplos de Hong Kong:**

**Calcos léxicos:**

*so I hope for your more favorite price*

**Expresiones metafóricas traducidas:**

*Chinese culture is when they ask you for Orange, and you only has landscape, they don't care, whether you buy the seed from other country, as long as your landscape can have orange for them, which same as what they want.*

**Expresiones de cortesía y estilo muy directo y sintético:**

*1. I would like to visit Leigh and Patrick in Shanghai. It is good chance for us. It match with my plan to develop Northern China Market as I told you last month.*

*I will contact Patrick and Leigh to coordinate the meeting.*

*The best is Leigh staying till next week. Then I do not need to re-schedule my meeting for cactus China laundries. That meeting has been confirmed with Ming / Samsara on this week Friday.*

*2. Noted your comment and tks for your advice. Tks.*

*FYI. I contact Dr Linus Siu, he is Group General Manager, just under Dr. Harry Li and Tommy is far away from him. I knew him since 1992, he is the one to pre- approve any investment for the TAL Group.*

*All off-shore factories under his supervision, therefore, I contact him. He knows us. When I talked with him he can called out Mr Jose vidal immediately. And he told me that for our company product line is handled by his assistant team Mr Danny Lok & Ronald Cheung.*

*I will promote G2 accordingly in tmrw meeting.*

*Just want to know do they bring up any questions on G2. Since Ronald told me Harry has bought up some questions, which waiting answer from you. And that he did not know what is it. That's why I ask you.*

*Will follow your advice to deal with them. Thanks.”*

*3. Sorry to late reply, busy with J. here. and welcome back to team. Hope all good to you and for your family and love baby.*

*Time fly, almost 3 months already. It is great for me to work with an expert like you. On CDS. For sure we will have a lot contact, and hope you don't mind me to ask a lot question.”*

*“I have confidence to promote CDS into market and currently on hand I have 3 customer interesting on CDS. Will follow up further after Jose trip here.”*

*“Regarding Guess presentation on July 20. Thanks for your support and looking forward to receive those stuffs for study in advance.”*

*Will you come to HK with Michelle?*

*Besides, could you send the material which you use for CDS people training for study. Gracias.*

**Uso de la expresión “Kindly” como please:**

*Kindly note that the shipping company”, “ Kindly do the needful by today.” “Kindly noted.”, “ Kindly consider if you will include ,*

*Pls kindly advise the contact*

**Abreviaciones:**

*B. Rgds*

*Pls ,*

*Tks,*

*can u*

*takes for Smples & bulk*

*FYI. I contact Dr Linus Siu*

*in tmrw meeting.*

### **8.3. Análisis de la organización textual**

En el presente apartado se muestran los resultados que corresponden al análisis de la organización textual, llevado a cabo sobre el corpus de e-mails procedentes de los cuatro países estudiados. Basándonos en la plantilla inicial, que se explicó en el capítulo de la metodología, se expone, en primer lugar, si los escritores realizaron división de párrafos, y cuantos párrafos utilizaron. A continuación se analizaron las partes del e-mail, tanto en los que habían realizado división como en los que no y seguidamente se clasificaron los e-mails según si habían incluido o excluido alguna de las partes. Las partes del e-mail que se consideraron fueron el saludo y la despedida, la referencia, la introducción, la conclusión, el cuerpo del e-mail y la firma. A continuación, se analizaron las diferentes partes y la información incluida en dichas partes. Los aspectos analizados, que pasamos a detallar a continuación, son los siguientes:

- División de los párrafos en los e-mails
- E-mails con división de párrafos
- E-mails sin división de párrafos, sin introducción, etc.
- Estructura: partes de los e-mails incluidas, partes omitidas
- Información incluida en cada una de las partes

#### **8.3.1. La división de los párrafos**

A continuación se presentan los resultados obtenidos del análisis de la disposición y la división de los párrafos en los e-mails de todos los países. En primer lugar, la Tabla 26 presenta los resultados obtenidos de la división en párrafos de los cuatro países.

Número de párrafos	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
1 párrafo	3	18	10	4
2 párrafos	3	4	4	8
3 párrafos	5	1	5	7
4 párrafos	4	4	2	4
5 párrafos	3	2	4	3
6 párrafos	8	0	2	3
7 párrafos	1	0	1	0
8 párrafos	2	1	1	1
12 párrafos	1	0	0	0
<b>Total con división</b>	27	12	20	26
<b>Total sin división</b>	3	18	10	4
<b>TOTAL EMAILS</b>	30	30	30	30

**Tabla 26.** División y número de párrafos en los cuatro grupos de e-mails.

Al contrastar los resultados de la división de párrafos de los cuatro grupos de e-mails podemos extraer que la mayoría de los escritores han optado por dividir el e-mail en párrafos, tanto los escritores indios con 27 casos, como los chinos con 20 casos, como los de Hong Kong con 26; sin embargo la mayoría de los pakistaníes han preferido no realizar ninguna división de la información con 12 casos de e-mails con división frente a 18 casos sin división. Por otra parte, el número de párrafos en los que se dividen los e-mails varía de un país a otro; por ejemplo los indios en su mayoría han dividido los e-mails en 6 párrafos, los chinos han dividido en cinco párrafos en su mayoría y, por último, los de Hong Kong han dividido en 3 párrafos en su mayoría.

### 8.3.2. Estructura de los e-mails: diferenciación de partes

A continuación se presentan los resultados obtenidos del análisis de la división de los e-mails. El análisis se ha realizado en todos los e-mails que conforman el corpus, tanto los que han hecho división de párrafos como los que no. La información se ha dividido en las siguientes partes: referencia, saludo, introducción, cuerpo del e-mail, conclusión, despedida y firma, siguiendo la estructura más utilizada, como se explicó en el apartado sobre la organización de los correos

electrónicos según Crystal (2001). Seguidamente, en la Tabla 27. observamos los resultados obtenidos del análisis de la estructura en los e-mails de los cuatro grupos de escritores.

<b>Ideas diferenciadas en párrafos</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTAN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
Sin Referencia	10	30	29	29
Referencia	20	0	0	1
Saludo	19	29	27	29
Sin saludo	11	1	2	1
Introducción	20	10	8	11
Sin introducción	10	20	21	18
Cuerpo del e-mail	29	11	6	7
Conclusión	24	12	17	19
Sin conclusión	8	18	12	10
Despedida	30	20	30	28
Sin despedida	0	10	0	2
Firma	29	23	26	25
Sin firma	1	7	3	4
<b>TOTAL E-MAILS</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Tabla 27.** Ideas diferenciadas en párrafos en los cuatro grupos de e-mails.

Comparando los cuatro grupos de e-mails, hemos encontrado las siguientes variaciones respecto a la inclusión o exclusión de las partes del e-mail. El apartado de la referencia se ha incluido únicamente en los e-mails de India con 20 casos del total de e-mails, sin embargo, el resto de los grupos lo ha omitido totalmente con un 100% de ausencia en todos los casos. En cuanto al saludo, los grupos que han utilizado un porcentaje más alto el saludo han sido los grupos de Hong Kong y Pakistán, a continuación se encuentra China y, por último, India.

La parte de la introducción también presenta variaciones del uso, tres de los grupos de e-mails presentan un porcentaje alto en la omisión de la introducción, China, Pakistán y Hong Kong. El cuerpo del e-mail presenta también múltiples variaciones. Solamente en el caso de India se ha hallado un alto porcentaje de diferenciación del cuerpo del e-mail. Con referencia a la parte de la conclusión del e-mail, podemos explicar que India presenta nuevamente el porcentaje más alto de uso de la conclusión, le sigue el grupo de Hong Kong, en tercer lugar se sitúa el grupo de China y, por último, el grupo de Pakistán presenta el porcentaje más bajo de uso de la conclusión con 12 casos.

En el apartado de la despedida hemos hallado que los cuatro grupos la incluyen, de manera similar con los siguientes resultados en porcentajes de uso: el grupo de India y China con 30

casos, el grupo de Hong Kong con 28 y el grupo de Pakistán con 20. Por último, en la parte de la firma se ha hallado que todos los grupos la utilizan de forma similar, casi todos la incluyen.

### 8.3.3. Variaciones de la información incluida en las partes del e-mail

En el presente apartado se presenta la información que se ha incluido en las diferentes partes de los e-mails y los ejemplos utilizados por los diferentes grupos de escritores. En esta sección vamos a detallar las partes de la referencia, el saludo, la despedida, la introducción y la conclusión en las que hemos encontrado variaciones respecto al resto de casos analizados.

#### 8.3.3.1. La referencia

En este apartado mostramos los resultados del análisis de las variaciones del uso de la referencia en el grupo de e-mails de India. Como hemos visto arriba, hay 20 casos en los que los escritores indios incluyen una referencia. La variación hallada en dicha referencia es que no se refiere al contenido del e-mail, como habitualmente se hace, sino que es una especie de saludo junto con el nombre o nombres a quien se dirige el e-mail. En la Tabla 28 se muestran las dos expresiones utilizadas en este apartado, siendo *greetings + word* la más utilizada con un 75 % sobre el total.

Referencia	Casos y porcentajes
<i>Kind attention + name</i>	5 (25%)
<i>Greetings + word</i>	15 (75%)
<b>TOTAL REFERENCIA</b>	20 (100%)

**Tabla 28.** Referencias en los e-mails de India.

A continuación mostraremos algunos ejemplos:

***Kind attention:***

*KIND ATTN-MR SACHIN SHAH-TEAM AVADAT APPARELS-AHMEDABAD*

*KIND ATTN MR TARAK BHAI/MR VIPIN BHAI/MR BHARAT BHAI-TEAM ARROW CLOTHING AHMEDABAD*

***Greetings + word/expression:***

*GREETINGS MR RAJIV SHAH/MR RAJEN SHAH-TEAM TARA CORPORATION MUMBAI*

*GREETINGS MR MANOHARAN & TEAM BOMBAY RAYON C.C TO MS CAROLE & TEAM*

LASER MACHINE SPAIN

Según los resultados mostrados en el apartado anterior, tanto los escritores pakistaníes como los escritores chinos y de Hong Kong no ha hecho uso del apartado de referencia. El grupo perteneciente a India es el único que ha hecho uso de la referencia y ha utilizado una expresión en un alto porcentaje *Greetings + Word* con un 75%, frente a los tres otros grupos que no han utilizado la referencia.

### 8.3.3.2. El saludo

En la presente sección, se muestran los resultados obtenidos, clasificados como variaciones de la parte del saludo en los e-mails de los diferentes grupos del corpus. En primer lugar se presentan, en la Tabla 29, los resultados de las variaciones correspondientes al análisis de los e-mails de India. Como se puede observar, el saludo que más se utiliza es *greetings*, coincidiendo con el apartado de referencia:

SALUDO	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>Dear + Nombre</i>	6 (32%)	22 (76%)	17(63%)	18 (62%)
<i>Dear Mr +Nombre</i>	0	0	0	4 (15%)
<i>Dear Ms + Nombre</i>	0	0	0	1(3%)
<i>Hello</i>	1(5%)	0	2(7%)	4(15%)
<i>Hi</i>	0	1(3%)	0	1 (3%)
<i>Hi+nombre</i>	0	0	6 (22%)	5 (17%)
<i>Hi Ms</i>	0	0	0	1 (3%)
<i>Hi Guys</i>	0	0	1(4%)	1(3%)
<i>Hi All</i>	0	0	1(4%)	0
<i>Nombre</i>	0	5 (18%)	0	0
<i>Greetings</i>	12 (63%)	0	0	0
<i>FYU (For your information)</i>	0	1 (3%)	0	0
<b>TOTAL SALUDOS</b>	19(100%)	29(100%)	27(100%)	29(100%)

Tabla 29.Resultados saludos en los cuatro grupos de e-mails.

El apartado del saludo presenta muchas variaciones en los cuatro grupos. El grupo que presenta variación es el de la India, utilizando la expresión *Greetings* como saludo en un 63% de sus e-mails, el resto de grupos utilizan el clásico saludo de *Dear + nombre* con los porcentajes que a

continuación se detallan: 76% el grupo de Pakistán, 63% el grupo de China y 62% el grupo de Hong Kong.

Podemos observar estos casos en los siguientes ejemplos:

Ejemplos de la India:

**Dear + nombre**

*Dear Mr. Feroz Khan,*

**Greetings + expression**

*Greetings for the week*

*Greetings for business*

*Greetings for meeting time yesterday*

Ejemplos de Pakistán:

Como se puede observar en los siguientes ejemplos, en algunos casos se añade el tratamiento de *Mr.* al nombre y en otros no.

**Dear + Nombre:**

*Dear JM,*

*Dear Mr JM,*

*Dear Mr Shahid*

**Nombre:**

*Rafa*

*JM*

**Hi:**

*Hi Eric*

**FYU (For your information)**

*FYU*

A continuación se muestran los ejemplos de los saludos utilizados por los escritores chinos:

**Dear + nombre:**

En algunos casos se utiliza el tratamiento Mr, Ms:

*Dear Mr Jose*

*Dear Ms Carole*

En otros se utiliza el nombre propio directamente:



*Dear Channal*

*Dear Janus*

**Hi+ nombre:**

*Hi Eric*

*Hi Cason*

A continuación se muestran los ejemplos de los saludos utilizados por los escritores procedentes de Hong Kong:

**Dear + nombre:**

*Dear Michelle,*

*Dear Warren,*

*Dear Carole*

**Dear Mr + nombre:**

*Dear Mr Cheung*

*Dear Mr Yu*

**Dear Ms + nombre:**

*Dear Ms Carole*

**Hi + nombre:**

*“Hi Abby”, “Hi Manon”*

**Hi Ms + nombre:** *Hi Ms Carole*

### 8.3.3.3. La despedida

En el presente subapartado se presentan los casos de las variaciones en la despedida de los e-mails en el corpus estudiado. Se observan en la Tabla 30 los resultados obtenidos de los cuatro grupos de hablantes.

DESPEDIDA	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
<i>Best Regards</i>	26 (87%)	5 (25%)	17 (58%)	17 (58%)
<i>Regards</i>	3 (10%)	2 (10%)	8 (28%)	8 (28%)
<i>Warm Regards</i>	1(3%)	0	2 (8%)	0
<i>Best Wishes</i>	0	0	1(3%)	1(3%)
<i>Thanks &amp; regards</i>	0	4 (20%)	0	0
<i>Thanks</i>	0	4 (20%)	0	2 (8%)
<i>Back to family</i>	0	1 (5%)	0	0
<i>Kind Regards</i>	0	1 (5%)		0
<i>Good Luck</i>	0	1 (5%)	0	0
<i>Take care</i>	0	2 (10%)	0	0
<i>All the Best</i>		0	1(3%)	1(3%)
<b>TOTAL</b>	30(100%)	20 (100%)	29(100%)	29(100%)

**Tabla 30.** Resultados despedida en los cuatro grupos de e-mails.

Al contrastar los cuatro grupos del corpus analizado en cuanto al uso y variación de la despedida, podemos decir que no se han hallado variaciones importantes. *Best Regards* es la expresión más utilizada en la despedida en todos los grupos, aunque debemos mencionar que el grupo de Hong Kong la utiliza de forma abreviada como *B. rgds*. Los porcentajes de uso se detallan a continuación: el grupo de e-mails de India utiliza la expresión en un 87% del total de sus e-mails, el de China en un 58%, el de Pakistán en un 25% y, por último, el de Hong Kong.

#### 8.3.3.4. La introducción

En el apartado que ahora se expone se presentan los resultados de las variaciones de la introducción de los e-mails del corpus estudiado. Se detallan en la Tabla 31 las diferentes formas utilizadas para realizar la introducción del e-mail:

<b>INTRODUCCIÓN DEL E-MAIL</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTÁN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
Introducen el e-mail saludando	0	0	0	2 (18%)
Introducen el e-mail presentándose	0	0	0	2 (18%)
Introducen el e-mail refiriéndose a una reunión anterior	7 (33%)	2 (16,5%)	0	0
Introducen el e-mail agradeciendo algo	5 (24%)	2 (16,5%)	2 (25%)	2 (18%)
Introducen el e-mail agradeciendo y refiriéndose a una reunión anterior	4 (19%)	0	0	0
Introducen el e-mail refiriéndose a una conversación anterior	0	0	0	2 (18%)
Introducen el e-mail refiriéndose a otro e-mail	0	2 (16,5%)	1 (12%)	2 (18%)
Dando buenos deseos	2 (10%)	6 (50%)	3 (38%)	0
Introducen el e-mail refiriéndose a lo que posteriormente van a tratar	0	0	2 (25%)	1 (10%)
Otras	3 (14%)	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>21 (100%)</b>	<b>12 (100%)</b>	<b>8 (100%)</b>	<b>11 (100%)</b>

**Tabla 31.** Resultados de la introducción en los e-mails de los cuatro grupos.

Seguidamente se presentan ejemplos de estos casos:

Ejemplos de las variaciones en la introducción de los e-mails escritos por indios:

*Greetings for the week*

*Many thanks for the Saturday meeting*

*Greetings for business*

*It was indeed pleasure meeting last week-Friday/Saturday*

*We enjoyed both occasions-at your premises and small dinner meeting*

*Many thanks for time and association last week two interactions*

*It was indeed pleasure meeting on both occasions*

*It was pleasure meeting yesterday in your premises-22ND JAN*

*Greetings for meeting time yesterday*

*It was indeed a pleasure explaining the LASER & G-2 technologies for MILL/LAUNDRY PLANT*

Ejemplos de las variaciones de la introducción escrita por pakistaníes:

**Dando buenos deseos:**

*Hope you are doing well*

*Hope you are fine and doing well*

**Refiriéndose a otro e-mail:**

*As per mail of Mr. U. A.*

**Agradeciendo algo:**

*Thanks for your prompt reply*

*Thanks for the following email...*

Ejemplos de las variaciones de las ideas de la introducción de los emails escritos por hablantes chinos:

**Dando buenos deseos:**

*Believe you already arrived home safety*

**Agradeciendo:**

*Thanks your reply*

**Refiriéndose a lo que se va a tratar a continuación:**

*After we analyst we're going to order the spare parts as below*

**Refiriéndose a otro e-mail:**

*Thanks your reply*

Ejemplos de las variaciones de las ideas de la introducción de los e-mails en el grupo de procedente de Hong Kong:

*I am Channal Cheung, nice to meet you too.*

*Nice to talk to you today*

*Nice to communicate with you*

*Refer to our previous mail*

*Thanks for mail*

Al contrastar los cuatro grupos del corpus analizado en cuanto al uso y la variación de la introducción encontramos diversos casos que se utilizan como introducción y que comentaremos en profundidad en el apartado de las conclusiones.

### 8.3.3.5. La conclusión

A continuación se presentan los casos de las variaciones halladas en el apartado de la conclusión de los e-mails del conjunto del corpus y como en anteriores apartados, se presentan los datos en una tabla comparativa. La Tabla 32 refleja los resultados extraídos del análisis de las ideas utilizadas como conclusión en los cuatro grupos de escritores:

CONCLUSIÓN	CASOS INDIA	CASOS PAKISTÁN	CASOS CHINA	CASOS HONG KONG
Párrafo de despedida y conclusión agradeciendo con rimbombancia	20 (67%)	0	0	0
Párrafo de despedida y conclusión con agradecimiento	0	2 (17%)	2 (12%)	0
Despedida concluyendo lo tratado en el e-mail	3 (10%)	0	0	0
Despedida concluyendo lo tratado en el e-mail, a la espera de contestación	0	10 (83%)	0	0
Despedida concluyendo lo tratado en el e-mail, a la espera de contestación y/o solución	0	0	13 (76%)	18 (90%)
Despedida dando buenos deseos.	0	0	2 (12%)	1 (5%)
Párrafo de conclusión con metáfora	0	0	0	1 (5%)
Otras	7 (23%)	0	0	0
<b>TOTAL</b>	30 (100%)	12 (100%)	17	20 (100%)

**Tabla 32.** Resultados de la conclusión en los cuatro grupos de e-mails.

Al contrastar los cuatro grupos del corpus analizado en cuanto al uso y variación del apartado de la conclusión, encontramos diversas formas que sirven de conclusión y que serán comentadas en profundidad en el apartado de las conclusiones. A continuación se muestran algunos ejemplos:

Ejemplos de la India:

**Despedida y conclusión con agradecimiento:**

*Sincere thanks once again for meeting time and hospitality*

*We value our business association*

*Thanks in advance we value our business association*

*BEST REGARDS,*

*Thanks and keen to grow in business with your support and patronage of products & service supplied by TEAM LASER MACHINE SPAIN/ASIA*

*HAPPY NEW YEAR FOR BUSINESS AND FAMILY PROSPERITY IN 2010 AND LIFE TOO*

*HAPPY TO START business with this group again. Many thanks once again for the support for this group business*

*Thanking once again for the time and attention*

*We are keen to have your valuable business association*

Ejemplos de Pakistán:

**Despedida y conclusión con agradecimiento:**

*Thanks for your advise*

**Concluyendo lo tratado en el e-mail, a la espera de contestación:**

*Looking forward to have your early response*

*Awaiting your response*

Ejemplos de las variaciones de la conclusión del grupo de e-mails de los escritores de China:

*Thanks again, to follow up with Mr Lam*

*I am sorry, but the issue is not with youngor-sunrise*

*Please advice what action is to be taken*

*Please help. Thanks*

*Hope you are everything well*

*Please clarify*

*Need assistance urgently to find out why!!!!*

Ejemplos de conclusión en los e-mails de Hong Kong:

**Concluyendo lo tratado en el e-mail, a la espera de contestación:**

*I will waiting for further advise for meeting with frontline*

*Waiting for Patty adv further, will keep you pst once receive any new*

*Pls confirm in advance who will arrange the ticket enabling me have better planning. Gracias*

*Will follow your advice to deal with them. Thanks.*

*Need information immediately*

*Matter most urgent*

*Sorry for pushing, but, need your reply within 30 mins. Thanks.*

Ejemplo de conclusión utilizando una metáfora:

*Chinese culture is when they ask you for Orange, and you only has landscape, they don't care, whether you buy the seed from other country, as long as your landscape can have orange for them, which same as what they want.*

### 8.3.3.6. La firma

Por último, nos referiremos a la firma, que como hemos podido comprobar al inicio de este apartado, presenta unos resultados bastante numerosos. A continuación se muestran en la Tabla 33 los resultados.

<b>FIRMA</b>	<b>CASOS INDIA</b>	<b>CASOS PAKISTÁN</b>	<b>CASOS CHINA</b>	<b>CASOS HONG KONG</b>
Con Firma	29 (97%)	23 (77%)	26 (90%)	25 (86%)
Sin firma	1 (3%)	7 (23%)	3 (10%)	4 (14%)
<b>TOTAL</b>	30 (100%)	30 (100%)	30 (100%)	30 (100%)

**Tabla 33.** Resultados de la firma en los e-mails de los cuatro grupos de escritores.

Al contrastar los cuatro grupos del corpus analizado en cuanto al uso de la firma encontramos que la mayoría de los escritores de los cuatro grupos incluyen la firma en sus e-mails.

## 8.4. Análisis de los objetivos comunicativos

Tal y como se describió en el capítulo de la metodología, el análisis se llevó a cabo basándonos en una plantilla basada en los movimientos de los textos. Algunos de los movimientos se han subdividido en secuencias comunicativas, lo que Bhatia (1993) denomina *Steps*. Como veremos a continuación, la plantilla inicial presenta algunas variaciones en los objetivos comunicativos de los escritores, que se plasman en las tablas. Dichas tablas están compuestas de tres columnas, la primera columna presenta los movimientos analizados, la segunda columna los resultados, en porcentajes, del grupo de informes de India y la tercera columna expone los resultados, en porcentajes, del grupo de informes de Hong Kong. Los porcentajes se han extraído del total de informes analizados en cada grupo.

### 8.4.1. Descripción estructural: los movimientos

En la Tabla 34 se muestran los resultados del análisis de los cuatro primeros movimientos hallados en los 50 *weekly reports* de Los grupos de India y Hong Kong analizados. Los escritores de ambos grupos han logrado los objetivos comunicativos en los cuatro movimientos al cien por cien, es decir han incluido la información que corresponde. No se ha hallado ninguna variación en ellos.

MOVIMIENTOS	Casos <i>Weekly reports</i> de India	Casos <i>Week reports</i> de Hong Kong
M.1: Informar de la empresa visitada	25 (100%)	25 (100%)
M.2: informar de los clientes participantes	25 (100%)	25 (100%)
M.3: Informar del agente participante	25(100%)	25(100%)
M.4: Informar del representante de <i>Laser Company</i> participante	25 (100%)	25 (100%)
<b>TOTAL E-MAILS</b>	25	25

**Tabla 34.** Los movimientos de los *weekly reports* en los e-mails de India y Hong Kong.

A continuación se muestran ejemplos de los movimientos arriba explicados que corresponden a ambos grupos de e-mails:



### Ejemplos del grupo de la India:

*These week was mainly in KINGPIN DELHI SHOW & BANGALORE visit.  
with Mr Enrique .*

#### **Arvind Exports Mysore Road Bangalore:**

*Participants Client: Mr. Hemanna T (consultant)  
Mr Shrinivas Naik(laundry Head)*

*Participants Agent:*

*Participants Laser Co: Sai*

#### **NUMERO UNO GURGAON DELHI :**

*Participants Client: Mr. Dalip Bakshi (Laundry Manager)*

*Participants Agent:*

*Participants Laser Co : Sai*

#### **MODERN DYEING LTD MAYAPURI DELHI :new customer**

*Participants Client: Mr. Rajesh (Owner)*

*Participants Agent: Vijay-Ravchem*

*Participants Laser Co : Sai*

#### **ORIENTCRAFT DENIM MANESAR DELHI :**

*Participants Client: Mr. Alok Kumar (VP-operations)  
Mr. Nefin verghese (Manager- merchandise Department)  
Mr. S P sarangi (Manager-Laundry-Research & Develop.)  
Mr. Rahul Kalla (Manager-Maintenance)*

*Participants Agent: Vijay-Ravchem*

*Participants Laser Co.: Sai*

### Ejemplos del grupo de Hong Kong:

#### **Yujia garment finishing Limited**

*Participants Client: Mr Tommy*

*Participants Ngai Shing: Mr. Chen Ka Ki*

*Participants Laser Co.: Rafa / Channal*

#### **Xing Cheong Xing garment laundry Limited**

*Participants Client: Mr Hu*

*Participants Laser Co: Channal*

#### **Hoi Meng Group**

*Participants Client: Mr. Andy Chan (Fabric Manager)*

*Mr. Mr Wong (Factory Manager)*

*Mr. Mr. Mao (Technical Consultant)*

*Participants Laser Co.: Channal Cheung*

**Tung Shing Group Inc.:***Participants Agent:**Mr. Albert Chan –Director-Operations**Mr.Zadig Chan – Chief executive Office**Mr.Lee Wing Chew –Executive Director**Mr.Sam Wong – Sales Mana**Mr. Bang Minh Cuong – Vice Director**Participants Laser Co: Channal Cheung***8.4.1.1 Secuencias comunicativas del Movimiento 5**

En la Tabla 35 se presentan las secuencias halladas dentro del Movimiento 5. donde se establece la descripción de la negociación. Como se puede apreciar, se han hallado 10 secuencias en este movimiento en la plantilla de análisis. También se muestran los porcentajes de utilización de las secuencias por los escritores de los dos grupos, que varían unos de otros.

<b>M.5: Establece la descripción de la negociación</b>	<b>Weekly reports de India</b>	<b>Weekly reports de Hong Kong</b>
<b>S.1:</b> Establece objetivo visita / reunión	1 (4%)	14 (56)%
<b>S.2:</b> Establece descripción demostración.	6 (24%)	0 (0%)
<b>S.3:</b> Proporciona información del cliente	17 (68%)	14 (56%)
<b>S.4:</b> Proporciona información del contexto (país, industria, etc.)	4 (16%)	3 (12%)
<b>S.5:</b> Define planes / intenciones del cliente.	21 (84%)	3 (12%)
<b>S.6:</b> Establece exigencias del cliente.	8 (32%)	0 (0%)
<b>S.7:</b> Transmite la reacción del cliente.	8 (32%)	1 (4%)
<b>S.8:</b> Establece decisiones tomadas.	2 (8%)	2 (8%)
<b>S.9:</b> Informa de problemas	2 (8%)	1 (4%)
<b>S.10:</b> Proporciona opinión personal.	12 (48%)	2 (8%)
<b>TOTAL E-MAILS</b>	25 (100%)	25 (100%)

**Tabla 35.** Las secuencias del M.5. en los *weekly reports* de los grupos de India y Hong Kong.

Los resultados del grupo de India muestran que la secuencia con mayor porcentaje de uso corresponde a la S.5, con un 84%, donde se definen los planes o intenciones del cliente, a continuación se encuentra la S.3, con un 68%, que proporciona información del cliente, en tercer

lugar se encuentra la S.10, con un 48%, que proporciona la opinión personal del escritor. Le siguen la S.6 y la S.7 que han obtenido un 32% respectivamente, la S.6 establece las exigencias del cliente y la S.7 transmite la reacción del cliente. En cuarto lugar se sitúa la S.2 que describe la demostración llevada a cabo, con un 24%, seguidamente se encuentra la S.4., con un 16%, que proporciona información del contexto. En último lugar se sitúan la S.8 y la S.9, con un 8% respectivamente, la S.8 establece las decisiones tomadas y la S.9 informa de los problemas. Los resultados del grupo de *weekly reports* de Hong Kong muestran que las secuencias con mayor porcentaje de uso han sido la S.1 y la S.2, con un 56% respectivamente.

La S.1 establece el objetivo de la reunión o visita y la S.2 describe la demostración llevada a cabo. En segundo lugar están las secuencias S.4 y S.5, con un 12% respectivamente, la S.4 proporciona información del contexto y la S.5 define los planes o intenciones del cliente. En tercer lugar se sitúan la S.8 y la S.10, con un 8%, la S.8 establece las decisiones tomadas en la reunión y la S.10 proporciona la opinión personal del escritor. Finalmente se encuentran la S.7. y la S.9, con un 4% ambas, la S.7 transmite la reacción del cliente y la S.9 informa de los problemas. La S.6 no ha obtenido ningún resultado en este grupo.

A continuación se exponen algunos ejemplos de las secuencias del Movimiento 5 de ambos grupos de escritores:

Ejemplos de S.1. Establece objetivo visita / reunión grupo India:

1. *Met Mr. Bakshi for business prospects.*
2. *Met ALLEN SOLLY team ,they would like to start afresh for SS-12 with Laser Company.*
3. *We had a meeting for G-2 plus machine.*

Ejemplos de S.1. Establece objetivo visita / reunión grupo Hong Kong:

1. *This trip is by requested from customer to review the CDS in bulk production*
2. *This trip major purpose to understand the market in Hanoi and get chance to meet customer through their New Product Introduction Exhibition And Technical” Seminar for Garment Industry.*
3. *Visit them to make G2 presentation, and close the deal for appointment for their team come to canton to visit existing customer for make trial run G2*

Ejemplos de S.2. Establece descripción demostración en el grupo de India:

1. *Made them see LASER & G-2 technologies “*

2. *We made detailed presentation on water-less denim & tricast with Laser*

*We also showed special finish on G-2.*

**Ejemplos de S.3. Proporciona información del cliente en el grupo de India:**

1. *They make 3000 jeans per day & market demand in B segment in delhi is growing.*

*We were quite surprised to see customers in this segment looking to invest in LASER/G-2.*

*We were shocked to hear that for wholesale price of RS 400(approx 8.8 USD) JEANS,*

*They are able to command RS 100(2.2 USD approx) FOR wash/dry process!!!!.*

*Labour is getting expensive & cannot find even if they are ready to pay.*

*Next two to four years horizon many customers will be forced to invest in technology*

2. *They make around 12000 pcs per day of denim.*

*Final selling price to wholesale market is between rs 300 to rs 400 per jeans.*

*Pollution & commercial reasons-many laundries are being forced to shift out of delhi.*

*New laundry is coming up at BARHI-approx fifty kms out of delhi city.*

*We have many laundries coming in this area—all are being done on denim & dyeing.*

3. *Bigges commercial laundries in dyeing & denim in delhi market.*

*They make around 8000 jeans per day & also four tons of dyeing.*

*They wanted G-2 if this can help in existing process in PIGMENT DYEING.*

*They have also been fabric suppliers to KILLER JEANS IN TROUSERS*

**Ejemplos de S.3. Proporciona información del cliente en el grupo de Hong Kong:**

*Tung Shing Sewing Machine Company Limited has established in Vietnam around 19 years already, and they are well known company, currently they are work as agent for many foreign brand.*

*This company is factory with sewing + Laundry in same district, and this model*

*becomes more and more in Vietnam.*

*They have 400 worker for factory.*

*Their major customer are Tommy / Burberry / Justis / A&F / Core / White House / So Denim (Korea) / JC Penny.*

*Monthly production in 150,000 pcs denim per month, Plus 100,000 to 150,000 pcs per month for knit and others.*

*This company is Join Venture business with Delta Global Soucing, But in operate separate and independence.*

**Ejemplos de S. 4. Proporciona información del contexto (país, industria, etc.) del grupo de India:**

*URBAN-OUTFITTERS main brand has moved out 40% production out of India.*

*Business gain has flown to VIETNAM market.*

*The area has many labour problems & getting dry process staff is not easy situation.*

Ejemplos de S. 4. Proporciona información del contexto (país, industria, etc.) del grupo de Hong Kong:

*During visiting, "Next" brand is approaching them and taking factory audit.*

*Philips explicit his point of view on garment market status, many factories will turn to build up in-house laundry, although currently many laundries still using illegal way to avoid water treatment issue.*

Ejemplos de S.5. Define planes / intenciones del cliente en el grupo de India:

*They are keen to see the machine in Bangalore in week-12 in our demo-centre.*

*MAY-2011 want to go to spain to visit our head office*

*Customer is very interested to this in our demo-centre & also develop samples.*

*They have plans to think about Laser technology for new laundry.*

Ejemplos de S.5. Define planes / intenciones del cliente en el grupo de Hong Kong:

*But, They plan to bulid a new laundry which 3 times bigger than existing, in order to improve their capability*

*They would like to place future orders keeping Vietnam situation prospects.*

*Mr Allen clear explicit that company will not interest to purchase G2.*

Ejemplos de S.6. Establece exigencias del cliente, en el grupo de India:

*Immediately they want to see the equipment in running condition*

*In addition they would like to send some samples make it in G", then get convinced on savings before final decision to purchase!*

Ejemplos de S.7. Transmite la reacción del cliente, en el grupo de India:

*They were quite impressed with G-2 samples shown.*

*They have liked the samples presented in laser.*

*They are quite interested in laser technology.*

Ejemplos de S.7. Transmite la reacción del cliente, en el grupo de Hong Kong:

*For this meeting customer focus on develop small laundry by using Ngai Shing washing / Dryer machines, although like like, before close the meeting, have brought up CDS dyestuff for this customer and looking forward to visit them after Chinese to develop more on CDS*

*I met their technical manager, and they are not really interest in our technology indeed.*

**Ejemplos de S.8. Establece decisiones tomadas, en el grupo de India:**

*MR SHABIR has asked for G-2 plus machine offer. They have agreed for LASER machine AMC.*

**Ejemplos de S.8. Establece decisiones tomadas, en el grupo de Hong Kong:**

*Billion horse confirmed will import the G2 and Laser through Ngai Shing, and also purchase an extra process such as ventilation system.*

**Ejemplos de S.9. Informa de problemas, en el grupo de India:**

*Claim to have used the machine well-but production manager issues in production.*

**Ejemplos de S.10. Proporciona opinión personal, en el grupo de India:**

*If denim Project comes then we have chance for investment.*

*Happy to see them get an order for 1.2 lakhs pcs from LEVIS EUROPE*

*This customer to change mindset – is going to take lot of effort/time for usage G-2 usage*

**Ejemplos de S.10. Proporciona opinión personal, en el grupo de Hong Kong:**

*If Tung Shing becomes our agent in Vietnam. That makes double win-win situation for all of us*

#### **8.4.1.2. Secuencias comunicativas del Movimiento 6**

La Tabla 36 plasma las secuencias del Movimiento 6, donde se resume o concluye lo negociado. En este movimiento, se han hallado 6 secuencias. Se presentan también los porcentajes de utilización de cada secuencia en los dos grupos de escritores.

<b>M.6: Resume/ concluye lo negociado (<i>Follow up</i>).</b>	<b><i>Weekly reports De India</i></b>	<b><i>Weekly reports de Hong Kong</i></b>
S.1: Establece acciones necesarias.	19 (76%)	18 (72%)
S.2: Establece quien debe encargarse.	25 (100%)	9 (36%)
S.3: Resume situación del cliente.	0 (0%)	2 (8%)
S.4: Informa sobre reacción / decisión del cliente.	0 (0%)	2 (8%)
S.5: Sugiere/recomienda estrategias a seguir.	7 (28%)	1 (4%)
TOTAL E-MAILS	25 (100%)	25 (100%)

**Tabla 36.** Las secuencias del M.6. de los *weekly reports* de los grupos de India y Hong Kong.

Como se aprecia en dicha tabla, la S.2 ha obtenido un porcentaje de 100% de uso en el grupo de escritores de India, donde el escritor establece quien debe encargarse del seguimiento de la operación, le sigue la S.1 con un 76% de uso que establece las acciones necesarias y por último la S.6. con un 28% de uso que sugiere o recomienda las estrategias a seguir. Las secuencias restantes, S.3, S.4 y S.5 no han obtenido ningún resultado de uso en este grupo de escritores.

En cuanto al grupo de escritores de Hong Kong, se muestra en la Tabla 36 que la secuencia de uso con más alto porcentaje corresponde a la S.1 con un 72% que establece las acciones necesarias, le sigue la S.2 con un 36% que establece quien debe encargarse de dichas acciones, a continuación le sigue las S.4 y S.5 con un 8% respectivamente, resumiendo la S.4 la situación del cliente y la S.5 informa sobre la reacción del cliente y su decisión. Por último se encuentra la S.6 con un 4%, que predice la situación potencial del producto.

A continuación se exponen algunos ejemplos de las secuencias del M.6 en los dos grupos de *weekly reports*, donde se resume y/o concluye lo negociado (*Follow up*). El M.6 tiene varias secuencias, donde se producen variaciones de un grupo a otro.

Ejemplos de S.1. Establece acciones necesarias a llevar a cabo tras la reunión en los *weekly reports* de India:

*Continue the initial link & later MR JAYANT-MADURA. & MR ALEX-LASER CO can take over for the consultancy project*

*Push for meeting date for Gonzalo visit in APRIL-2011 with customer Already given offer to MR HEMANNA FOR G-2 plus@180000 euro*

*Continue to follow up for pcs for E-SOFT*

*Check the laser AMC FOR 2 machines in APRIL/MAY-2011*

Ejemplos de S.1. Establece acciones necesarias a llevar a cabo tras la reunión en los *weekly reports* de Hong Kong:

*Will check with Ngai Shing for official contract*

*Check the result after customer came bac*

*Will visit him in nearly future for discuss further.*

Ejemplos de S.2. Establece quien debe encargarse, en los *weekly reports* de India:

*IN CHARGE: Sai with Mr Bakshi*

*IN CHARGE: Sai with Mr Hemanna.*

*IN CHARGE: Sai with Mr Naresh for commercial ALEX with MR Jayant for technical & communication*

Ejemplos de S.2. Establece quien debe encargarse, en los *weekly reports* de Hong Kong:

*I will do trial by my self and send return those trial samples after make trial.*

*And will need to review Nishie written proposal in order to assist them to get taxation reduces approval. (implícito)*

Ejemplos de S.3. Resume la situación del cliente, en los *weekly reports* de Hong Kong:

*Mr Wong explicit that affected by economy status, all investments will freeze for this year. But, for CDS, is under developing.*

Ejemplos de S.4. Informa sobre la reacción / decisión del cliente, en los *weekly reports* de Hong Kong:

*Mr Alick present they do agree our G2 function. But, he does not have any right to make decision and recommend me to contact HK office, which we had visited before.*

*Mr Allen clear explicit that company will not interest to purchase G2. For this meeting customer focus on develop small laundry by using Ngai Shing washing / Dryer machines, although like like, before close the meeting, have brought up CDS dyestuff for this customer and looking forward to visit them after Chinese to develop more on CDS.*

Ejemplos de S.5. Sugiere /recomienda estrategias a seguir, en los *weekly reports* de India:

*G2 essential spares follow up for stock.*



*Getting meeting for more factories in SRI LANKA next visit!*

*need to check after new year APRIL-2011/ MR VIR spending some time ON G2 usage*

Ejemplos de S.5. Sugiere /recomienda estrategias a seguir, en los *weekly reports* de Hong Kong:

*As the coming half year, Vietnam is my priority focus country, we fly more often and arrange customer meeting.*

*Will further discuss this with them when go there in Mid August. Also worry the maintenance job task.*

*By joining an exhibition and visit more Vietnam, believe our product could launch into Vietnam in short period time*



## **9. CONCLUSIONES**



Al inicio de nuestra investigación establecimos varios puntos de partida que valoramos como esenciales para llevar a cabo la presente tesis doctoral. Aunque, en un principio, parecía que eran campos de estudio muy divergentes, tras el estudio realizado todos han convergido para fundamentar nuestras hipótesis iniciales. En primer lugar, partimos de la consideración de la lengua inglesa como una lengua global como indican autores como Mackay (2002), Crystal (2003), Jenkins (2003), Graddol (2006), Kirkpatrick (2007), Palmer-Silveira, Ruiz-Garrido y Fortanet-Gómez (2008) y Seilhofer (2009). En los primeros capítulos se realizó una revisión de la literatura que apoyara nuestras hipótesis iniciales, considerando por qué el inglés ha llegado a ostentar este estatus y cuáles fueron los orígenes y las causas que lo han provocado. De igual manera, se describió la actual situación de predominancia de los hablantes no nativos frente a los hablantes nativos y sus distintas clasificaciones (Kachru, 1983; Jenkins, 2003).

En segundo lugar, nos referimos a las implicaciones de la globalización en las comunicaciones del siglo XXI, las cuales afectan a todos los ámbitos de la sociedad y, en especial, a las nuevas formas de comunicación virtual (Case 1996; Sintupong, 1997; Sillince, McDonald, Lefang & Frost, 1998; Nickerson, 1999; Gibbs, 2000; Giménez, 2000; Giménez, 2005; Kankaanranta, 2006; Waldvogel, 2007 y Jensen, 2009).

En tercer lugar, contextualizamos nuestro estudio en el campo de la Lingüística Aplicada y, a su vez, en el análisis del discurso y del género, así como en la línea de investigación denominada retórica intercultural. De este modo, realizamos un recorrido retrospectivo de los diferentes campos de estudio hasta la actualidad, revisando el estado de la cuestión. Para delimitar más el área de nuestra investigación, revisamos el concepto de lenguas de especialidad focalizando nuestro interés en el inglés del comercio y los negocios puesto que es nuestro campo de estudio. Además, se explicó y describió la nueva forma de comunicación escrita virtual en el ámbito empresarial, centrándonos en el correo electrónico.

Por último, dedicamos un amplio capítulo a las variedades del inglés en el sur y este asiáticos, realizando un recorrido desde la época colonial hasta nuestros días y describiendo las variedades que les caracterizan (Baumgardner, 1990; Kachru, 2003; Bolton, 2003; Kachru, 2005; Kachru &

Nelson, 2006 y Sailaja, 2009). De esta manera, describimos el entorno socio-cultural de los escritores de los e-mails que forman parte del corpus de nuestro estudio. A continuación se plantearon los objetivos y la metodología que se han seguido a lo largo de nuestra investigación y, por último, se presentaron los resultados extraídos del análisis.

Los objetivos de esta tesis se plantearon porque consideramos que existe todavía un vacío investigador en el área de estudio de la escritura del inglés de los negocios a través del e-mail, ya que hay muy pocos estudios que analicen corpus de e-mails auténticos escritos por hablantes no nativos en el ámbito empresarial (Seidlhofer, 2003; Kankaanranta, 2006 y Louhiala-Salminen y Mirjaliisa, 2008). Por lo tanto, consideramos interesante realizar un estudio en esta área de investigación por tener la posibilidad de acceder a compilar y a analizar en profundidad un corpus de e-mails auténtico.

Por un lado, nuestros objetivos se basaban fundamentalmente en discernir si la globalización está actualmente generando un inglés de los negocios uniforme o si, por el contrario, sigue presentando variaciones en función de la procedencia de sus hablantes. Además de lo anterior, nos preocupaba saber si los hablantes no nativos se comunican sin problemas entre sí o si, por contra, existe una barrera lingüística provocada por los factores socio-culturales resultando en un conflicto de inteligibilidad (Jenkins, 2003).

Por otro lado, nuestro estudio pretendía averiguar si el contexto empresarial internacional se rige por la normativa anglosajona, como sucede en el ámbito académico (Kirkpatrick, 2007), o si la lengua inglesa hace de camaleón y se adapta a las diferentes situaciones socio-culturales. Respondiendo a los primeros planteamientos que nos hicimos, diremos que, tras el análisis comparativo del corpus podemos concluir, de forma general, que, en primer lugar, el inglés de los negocios utilizado por los escritores analizados sí presenta variaciones de diversos tipos. Como consecuencia afirmamos que no hemos hallado un inglés uniforme a causa de la globalización, como se planteaba en la hipótesis. En segundo lugar, a pesar de las diferencias y las variaciones encontradas de todo tipo (léxicas, gramaticales, textuales y de objetivos comunicativos), no se han hallado dificultades a la hora de la comprensión de los textos, por lo tanto, no se ha detectado una barrera lingüística que impidiese la comunicación, ni que hubiese un conflicto de inteligibilidad.

Por último, sí se ha detectado, como más adelante veremos, que la lengua inglesa hace de 'camaleón', adaptándose a los diferentes contextos culturales y desarrollando nuevas variedades.

Al iniciar este estudio, ya partíamos de la base que los escritores de los e-mails pertenecen a países donde el inglés que se habla es ya considerado una variedad, nos restaba verificar si en el ámbito empresarial, utilizando el inglés específico de los negocios, se manifestaban también las variaciones propias de dichas variedades del inglés. Hemos hallado variaciones, pero no tan profundas como para impedir la comunicación, consecuentemente, podemos decir que los hablantes, de alguna manera, también se adaptan al contexto lingüístico empresarial y utilizan un lenguaje asequible, más neutral para el mutuo entendimiento. Por lo tanto, con estas percepciones sobre el uso de la lengua inglesa por hablantes no nativos, hemos contestado ya a varias de las preguntas que nos hacíamos antes del análisis del corpus, como objetivos generales.

En el siguiente apartado nos dedicaremos a explicar minuciosamente las conclusiones resultantes de los diferentes niveles de análisis llevados a cabo comparando los e-mails que componen el corpus. En el capítulo de la metodología expusimos cuales eran nuestros objetivos específicos a la hora de llevar a cabo el estudio contrastivo, dando una importancia primordial al contexto sociolingüístico. A continuación, recordamos cuales eran nuestros objetivos y seguidamente exponemos si se han confirmado o rechazado. Nuestros objetivos se basaban en las siguientes cuestiones:

- Localizar las variaciones del lenguaje que ocurren en los niveles léxico, sintáctico, la estructura textual y los objetivos comunicativos.
- Clasificar y pormenorizar estas variaciones dentro de los cuatro sub-niveles.
- Detectar en el contexto del corpus utilizado las causas que han originado estas variaciones. Identificar varios patrones lingüísticos en inglés de los negocios atendiendo a las influencias culturales y de la lengua materna.
- Averiguar si esta influencia impide la comunicación o, si por el contrario, la comunicación se desarrolla con normalidad a pesar de las diferencias culturales.

En los siguientes apartados se presentan las conclusiones de los resultados que se extrajeron en nuestra investigación. Se sigue el orden que se utilizó en los objetivos, en primer lugar se detallan las conclusiones sobre las variaciones del nivel de análisis sintáctico, en segundo lugar, se exponen las conclusiones sobre las variaciones pertenecientes al nivel del análisis léxico,

seguidamente se presentan las del nivel de análisis de la organización textual y, por último, se plasman las conclusiones del nivel de análisis de los objetivos comunicativos.

### **9.1. Conclusiones del análisis del nivel sintáctico**

La forma de pronunciar una determinada variedad del inglés y las palabras que son escogidas para el discurso son dos características que caracterizan cualquier variedad de una lengua. Sin embargo, las diferentes variedades del inglés también difieren en la forma de utilizar la gramática (Kirkpatrick, 2007).

La lengua inglesa ha experimentado cambios a lo largo de su existencia. En la actualidad, se están produciendo cambios sincrónicos en las variedades del inglés de todo el mundo, que se están desarrollando y consolidando. Los estudios lingüísticos han de reflejar estas variedades, puesto que son parte de la evolución de la lengua y afecta de igual modo a los hablantes y a su comunicación. Poder determinar la evolución de la lengua es relevante,

A continuación se explican detalladamente las conclusiones extraídas del análisis sintáctico llevado a cabo en el corpus, clasificándolas por el origen de los hablantes y detallando cuales son las de mayor incidencia dentro de nuestro corpus y cuales son las variaciones que afectan al uso del inglés como lengua franca.

#### **Variación del uso del artículo**

Según algunas investigaciones de las variedades del inglés en el sur y el este asiáticos (Bolton, 2003; Kachru, 2005; Kachru, 2006; Sailaja, 2009), el uso del artículo presenta variaciones notables en esas variedades de la lengua inglesa. Dichas variaciones responden en su mayoría a la omisión del artículo por parte de estos hablantes en aquellas ocasiones en que los hablantes nativos sí los utilizarían.

Tras el análisis realizado en esta tesis doctoral, comprobamos que el artículo definido *the*, presenta mayor porcentaje de variación que el artículo indefinido *a/an*, en los cuatro grupos de hablantes, siendo los escritores de Pakistán quienes mayor porcentaje de variación presentan al compararles, seguido de China, Hong Kong e India. Como hemos explicado en el capítulo de las variedades del inglés en el sur y el este asiáticos, las lenguas con las que convive el inglés influyen directamente



sobre él. El mandarín, el cantonés, el urdu y el hindi. En todas ellas, la omisión del artículo es muy frecuente, como hemos comentado en ese capítulo, y este aspecto se transfiere al uso del inglés.

### **Variación del uso de los pronombres personales**

La variación que se ha hallado en el uso de los pronombres personales en función de sujeto es la omisión de su uso en los cuatro grupos de e-mails. Sin embargo, cada grupo presenta omisiones de diferentes pronombres personales. El grupo de hablantes con menor porcentaje de variación corresponde a Pakistán, en el que, solamente se han encontrado algunos casos de omisión del pronombre *I*. Es precisamente la omisión de este pronombre la que mayor porcentaje obtiene en los cuatro grupos, siendo más alta la incidencia en los grupos de Hong Kong y China. La omisión del pronombre personal es debido a la influencia de las lenguas chinas (Cantonés y Mandarín) que muy frecuentemente omiten el sujeto en la oración, por lo tanto, se ve reflejado como variación del inglés.

### **Variación del uso de los tiempos verbales**

En el análisis efectuado se han hallado variaciones en el uso de los tiempos verbales de los cuatro grupos de hablantes. En primer lugar se comentarán cuáles han sido los tiempos verbales más utilizados por los escritores de los cuatro grupos y, en segundo, lugar que variaciones se han detectado y cuales son las causas de esta variación.

Dentro de los tiempos verbales que representan el conjunto de sucesos que están teniendo lugar en el momento de hablar, el presente simple es el más utilizado en los cuatro grupos de e-mails. En cuanto a los tiempos verbales que se utilizan para referirse al conjunto de sucesos que ya han tenido lugar, el más frecuente es el pasado simple, aunque en el grupo de Pakistán el presente perfecto también ha obtenido un porcentaje alto de uso.

Por otra parte, respecto a los tiempos verbales que narran hechos venideros, el futuro simple ha obtenido un porcentaje de uso muy alto en los grupos de Pakistán, China y Hong Kong, no siendo así en el grupo de la India. También es de destacar que los tiempos verbales continuos no han tenido un porcentaje de uso muy alto, especialmente en los grupos de China y Hong Kong, porque en los de la India y Pakistán sí han presentado unos porcentajes más elevados. Estos resultados

nos parecen interesantes teniendo en cuenta que, según los rasgos característicos del inglés de India, por ejemplo, el presente continuo es el tiempo verbal más utilizado normalmente y, sin embargo, en los resultados del análisis del grupo de e-mails de India no ha sido así, ha sido más utilizado el presente simple. Como, a continuación veremos, la tendencia natural de los hablantes chinos y de Hong Kong es la de utilizar pocos tiempos verbales y marcar la temporalidad con otras estrategias discursivas, tal y como sucede en su lenguas nativas.

Las variaciones que se han detectado son diversas, en el corpus de India se han detectado variaciones solamente en el presente perfecto y en el pasado simple, estas variaciones corresponden a la forma, como se pudo comprobar en los ejemplos que se presentaron en el capítulo de los resultados. En el pasado simple no se utiliza la forma de pasado, sin embargo, se añaden otros marcadores de temporalidad y en el presente perfecto se omiten los verbos auxiliares, esto es debido a que la lengua materna de los escritores indica el tiempo pasado con adverbios temporales. Es muy destacable que los escritores de Pakistán respetan el uso estándar de los tiempos verbales, por lo tanto, no se ha detectado ninguna variación.

En el grupo de los e-mails de China y Hong Kong se han detectado diversas variaciones. El porcentaje más alto de variación en el grupo de China corresponde al presente perfecto, donde apreciamos una variación en la forma, por ejemplo, la no utilización del participio pasado o la no utilización del verbo auxiliar. En el grupo de Hong Kong, la variación con mayor porcentaje es en el pasado simple, y también en la forma, no utilizando las formas de pasado sino de presente y marcando la temporalidad con adverbios temporales.

En el grupo de China también encontramos variación en el uso del pasado simple y en el uso de los verbos auxiliares, estas variaciones son de forma, omitiendo algunos de sus elementos y marcando la temporalidad con otras estrategias. Podemos concluir que la omisión de utilización de tiempos verbales utilizando adverbios para expresar la temporalidad es una característica muy marcada en el nivel gramatical de los dos grupos, tanto de China como de Hong Kong y viene marcada por la influencias de sus lenguas maternas, en las que la temporalidad no se expresa con diferentes tiempos verbales (Kirkpatrick, 2007). Una vez más observamos que la influencia lingüística de las lenguas maternas se percibe en los cuatro casos, aunque en el caso de Pakistán es mucho menor.

### **Variación del uso de los verbos modales de certeza**

Los verbos modales que expresan grados de certeza son elementos que muy frecuentemente presentan variación por cualquier hablante, de los considerados no nativos, en contraposición a los hablantes nativos que hacen uso de una amplia gama de verbos modales. En el estudio contrastivo que hemos llevado a cabo, sí se han hallado rasgos de variación en el uso de los modales de certeza, como se ha podido comprobar en el capítulo de los resultados. Podemos destacar que las formas *Will* y *Can* han sido las que mayor porcentaje de uso han obtenido en todos los grupos, lo que indica que existe una variación con respecto a la utilización de los verbos modales en general. Siendo todos los escritores de diferentes orígenes, es señalable el hecho de que coincidan en el uso mayoritario de los verbos modales *Will* y *Can*. Podríamos atribuir esta coincidencia al contexto en el que se desarrollan las comunicaciones, es decir, el ámbito de los negocios, donde la comunicación debe ser más directa y asertiva para no dar lugar a malos entendidos y malas interpretaciones. En este caso concreto, podemos afirmar que sí existe unanimidad entre hablantes de diferentes orígenes a la hora de usar la lengua inglesa de una forma global.

### **Variación del uso de los adverbios de certeza**

Al igual que los verbos modales que expresan certeza, los adverbios que expresan grados de certeza son elementos sujetos a variación, dependiendo de la procedencia de los hablantes. El uso de los adverbios matiza el significado del verbo y presenta una variedad de tonalidades a la hora de interpretar la acción. Todos sabemos que los hablantes nativos los utilizan ampliamente y que los hablantes no nativos los usan de forma diferente por la influencia cultural de cada uno de ellos.

En nuestro estudio contrastivo hemos encontrado que no ha habido un porcentaje alto de uso de dichos adverbios. El grupo de correos electrónicos que mayor uso ha hecho de dichos adverbios ha sido el de China. Utilizando tanto adverbios que expresan mayor grado de certeza como menor grado. Pakistán e India presentan menor uso y el grupo de Hong Kong presenta un uso casi inexistente.

### **Variación del uso de las construcciones copulativas**

Las variedades del inglés en el sur y el este de Asia presentan variaciones en el uso de las construcciones copulativas con respecto a las variedades nativas, omitiéndose la cópula y realizándose una yuxtaposición del sujeto y el complemento. En nuestro corpus, sí se han detectado variaciones en la forma de las construcciones copulativas, especialmente en los correos electrónicos del grupo de Hong Kong y China, que presentan mayor porcentaje de variación, seguidos de India y, por último, Pakistán. Esta tendencia a la omisión de la cópula y a la yuxtaposición del sujeto y el complemento vienen dada por las lenguas chinas en las que la cópula se omite o no cambia su forma atendiendo al tiempo, por lo tanto, podemos hablar de una clara influencia de las lenguas locales sobre el inglés.

### **Variación del uso de las construcciones de voz pasiva**

La utilización de la voz pasiva también registra variación, donde uno de los elementos que componen la construcción de la voz pasiva se omite. En el grupo de India no se ha encontrado ninguna variación de la construcción pasiva y en el grupo de Pakistán se ha hallado un porcentaje muy bajo.

Sin embargo, en los dos grupos restantes, sí que se ha detectado un porcentaje más alto, sobre todo en el grupo de China, que presenta diversas variaciones: la omisión del verbo auxiliar de la construcción pasiva, *to be*, y la variación en la forma del participio pasado. De igual manera se ha detectado en el grupo de Hong Kong, pero en menor porcentaje comparativamente. Se confirma aquí la influencia, una vez más, de las lenguas maternas de los hablantes (mandarín y cantonés). Al no existir flexión verbal, ni indicación del tiempo verbal en las dos lenguas chinas esto se transfiere al inglés.

### **Variación del uso de las preposiciones**

Las preposiciones suelen presentar con frecuencia variación en su uso por parte de hablantes no nativos y los hablantes de los cuatro grupos analizados han presentado variaciones en su uso, aunque estas variaciones no han sido muy significativas. Si comparamos los resultados de uso

correcto o adecuado desde un punto de vista nativo, las variaciones halladas no son muy elevadas en número. Veamos a continuación cuales han sido los resultados y cuales podrían ser las causas, a nuestro juicio.

El grupo de e-mails que mayor porcentaje de variación en el uso de las preposiciones presenta es el de China seguido del de Hong Kong. Dichas variaciones son de diversa naturaleza, por un lado, la utilización distinta de la preposición respecto a la norma nativa y por otro lado, la omisión del uso de la preposición en contexto en los que los hablantes nativos la utilizarían. La variación del uso de las preposiciones viene dado por la influencia de las lenguas chinas, en las que las preposiciones tienen un uso distinto y a veces inexistente, por lo tanto, los escritores precedentes de estos dos países muestran cierta tendencia a omitir o alterar sus uso. El grupo de e-mails procedentes de India presenta un porcentaje bajo de variación en el uso de las preposiciones y lo mismo sucede en el grupo de Pakistán, lo cual nos llama la atención ya que el inglés de la India presenta muy frecuentemente variaciones en el uso de las preposiciones debido a transferencias de las estructuras de las lenguas indias. Podemos atribuir la falta de variación a la adecuación de los escritores al contexto internacional en el que se desenvuelven, adoptando un registro más neutral para el mutuo entendimiento.

### **Variación del uso de los conectores**

En este apartado se comenta el resultado del análisis del uso de los siguientes tipos de conectores en los e-mails del corpus: aditivos, de organización de la información, contrastivos, causales consecutivos y temporales. Se han considerado los más utilizados en el inglés comercial escrito y que puedan ser objeto de variación.

#### **Conectores aditivos**

En los resultados del análisis pudimos comprobar que los conectores aditivos en los cuatro grupos de e-mails tienen un porcentaje de uso muy bajo, exceptuando el caso de *and* que ha sido utilizado en los cuatro grupos en alto porcentaje, siendo el grupo de China el que mayor porcentaje ha obtenido, seguido de Pakistán, Hong Kong e la India. Es destacable que solamente se haya usado este conector aditivo, ya que el estilo que se utiliza es más conciso y directo de acuerdo al ámbito

empresarial. En esta ocasión encontramos que los cuatro grupos de e-mails coinciden lo que nos sugiere que en este caso concreto utilizan un estilo común sin importar su procedencia.

### **Conectores de organización de la información**

Ninguno de los grupos analizados ha utilizado este tipo de conectores, a pesar de incluir mucha y variada información en los e-mails. Solamente se ha detectado un porcentaje muy bajo de uso del conector *finally* en el grupo de Pakistán.

Se ha hallado que todos los escritores no organizan la información a través del uso de conectores de este tipo, sino que prefieren clasificar la información en diferentes párrafos sin utilizar ningún elemento cohesivo, en algunos casos y en otros ni siquiera se dividen en párrafos y tampoco utilizan elemento de cohesión. Puede tener su raíz en lo que antes hemos explicado sobre el estilo directo, rápido y concreto del inglés de los negocios internacional que no se detiene demasiado en utilizar estrategias gramaticales para la organización de la información. Los escritores muestran más interés en la redacción inmediata y rápida que en el cuidado de la cohesión oracional.

### **Conectores contrastivos**

El análisis del uso de los conectores contrastivos ha obtenido un resultado bajo en todos ellos, exceptuando el uso de *but* que ha sido el más utilizado en tres de los grupos, en el de Pakistán, China y Hong Kong. En el grupo de India sólo se ha hallado el uso de *however* y *or*, en muy bajo porcentaje. El uso del conector contrastivo *but*, al igual que el uso mayoritario del conector aditivo *and*, nos hace pensar que los escritores utilizan los conectores más básicos sin detenerse a perfeccionar más el estilo con el que escriben. La comunicación por ordenador es inmediata y rápida, todos los escritores demuestran que el uso de un lenguaje directo y sencillo es el más apropiado para llevar a cabo la comunicación de manera efectiva.

### **Conectores causales**

Una vez más en el grupo de e-mails de India se ha detectado un uso nulo de los conectores causales. El resto de grupos sí han presentado resultados de uso de los conectores causales, siendo el grupo de Pakistán el que usa mayor variedad de conectores seguido de China y por último Hong Kong.

### **Conectores consecutivos**

En el análisis del uso de los conectores consecutivos se ha hallado que una vez más los escritores de India no han utilizado ningún conector consecutivo. El resto de los grupos han utilizado *so* mayoritariamente, seguido de *in order to*.

### **Conectores temporales**

En este apartado del análisis se ha encontrado que India ha utilizado los conectores temporales en un porcentaje muy bajo. El grupo de China presenta un porcentaje mayor que el resto de los grupos, seguido de Pakistán y por último Hong Kong. *After* ha resultado ser el conector temporal más utilizado, seguido de *when* y *before*.

Como conclusión de este apartado, destacamos que tras el análisis contrastivo el grupo de e-mails procedentes de India ha sido el que menos ha utilizado los conectores de todo tipo. El uso de las conjunciones en general en las lenguas indias es opcional (Sailaja, 2009: 85) y ésta podría ser la causa directa de la tendencia por parte de este grupo de escritores a no utilizar conectores en sus e-mails. En cuanto a los resultados del grupo de Pakistán diremos que ha sido el grupo que menor variación ha presentado. En referencia a los grupos de e-mails de China y Hong Kong comentaremos que han presentado variación de uso en algunos tipos de conectores y en otros tipos ha habido un uso muy bajo o nulo. Normalmente los hablantes no nativos de origen chino y de Hong Kong no utilizan los conectores que los hablantes nativos usan, su uso es bastante limitado, haciendo uso de otros elementos cohesivos.

*And* es el conector mayoritariamente utilizado por estos hablantes. Las causas que provocan esta situación son diversas; por un lado la falta de conocimiento de la utilización de los diferentes conectores que ofrece la lengua inglesa y por otro lado que el género propio del ámbito de los negocios no requiere tal variedad de utilización como otros géneros. También encontramos una clara influencia de las lenguas maternas, tanto el mandarín como el cantonés que usan elementos cohesivos mínimamente y la cohesión se establece a través del contexto.

## **9.2. Conclusiones del análisis del nivel léxico**

Los rasgos léxicos de cualquier lengua se adaptan al contexto socio-cultural del hablante y a la vez se ven influidos por él, creando una especie de círculo. En todos los estudios contrastivos de

análisis del discurso, los elementos léxicos ocupan un lugar preferencial por aportar amplia información del bagaje cultural del hablante. En nuestro estudio el análisis contrastivo en general y del nivel léxico en particular pretendía confirmar o desestimar que existían variaciones en los e-mails que conforman el corpus.

Así pues, confirmamos que sí se han detectado diferentes variaciones léxicas en el corpus analizado, como ya se expuso en el capítulo de resultados y, a continuación, explicaremos las conclusiones que se extraen de dichas variaciones atendiendo a los diferentes orígenes de los escritores.

De igual manera que se llevó a cabo para el análisis en el nivel sintáctico, se diseñó una plantilla que sirviera de guión para el nivel léxico. Dicha plantilla, como ya se ha detallado anteriormente, tomó como referencia elementos léxicos que podían ser objeto de variación en los e-mails de los cuatro grupos analizados, siguiendo las pautas ya establecidas por otros investigadores de las variedades del inglés en cuestión. Seguidamente se comentan las conclusiones que de los resultados del análisis léxico se han extraído.

### **Formación de sintagmas nominales**

En el capítulo dedicado a las variedades del inglés en el sur y el este de Asia, específicamente en los países que nos ocupan en ese estudio, expusimos que en la mayoría de las nuevas variedades del inglés la invención de palabras es muy significativa. Por supuesto, dejando a un lado los préstamos de las lenguas maternas, que conforman un gran número, nos referiremos a los sintagmas nominales compuestos (SNC) que los hablantes van creando a medida que las necesidades lo van demandando.

El grupo de la India presenta el porcentaje de SNC más alto, seguido del de China, de Pakistán y por último, de Hong Kong. Encontramos una clara influencia de las lenguas indias en el caso del grupo de e-mails de la India, ya que, las lenguas indias son ricas en palabras que se colocan una al lado de la otra, sin nexos en algunos casos. Incluso en situaciones en las que el inglés (nativo) ofrece una frase, el escritor prefiere y escoge utilizar un sintagma nominal compuesto. Hemos comprobado que los SNC pueden estar formados de dos, de tres o hasta cuatro palabras.

En algunos casos, donde el inglés nativo escogería la utilización de una preposición, la variedad india la omite (Yadurajan, 2001: 88-89). Sin embargo, no se han detectado palabras compuestas



híbridas formadas por palabras inglesas y palabras procedentes del hindi, o cualquier otra lengua india, que también se crean muy frecuentemente.

De igual forma, se ha detectado la creación de palabras en el grupo de e-mails de Pakistán, aunque en menor medida. El inglés en Pakistán también es rico en la invención de palabras compartiendo muchas características con el inglés de India, ya que las lenguas maternas de ambos países el hindi y el urdu, son lenguas muy próximas.

En cuanto a los grupos de escritores chinos, también destacamos que ha sido el segundo grupo en el uso de SNC. Muchas de ellas se crean con la palabra *Chinese* (Bolton, 2003: 212) antepuesta a otras y efectivamente hemos hallado ejemplos de este hecho, como hemos comprobado en los ejemplos expuestos en el capítulo de los resultados.

### **Calcos léxicos y adaptaciones de la L1 a la L2**

En todas las variedades del inglés se producen calcos léxicos y adaptaciones de la L1 a la L2. En el corpus de e-mails analizado hemos detectado algunos calcos léxicos, pero no han sido de relevancia. El grupo de e-mails que mayor porcentaje de calcos léxicos presenta es nuevamente la India, seguido de Pakistán, en tercer lugar China y finalmente Hong Kong. Aunque sí se han producido calcos léxicos, no consideramos que sean de mucha importancia comparados con otros rasgos léxicos que exponemos seguidamente. En cuanto a la adaptación de palabras de la L1 a la L2, se han detectado algunas que no son consideradas relevantes.

### **Expresiones idiomáticas**

Las expresiones idiomáticas traducidas de las lenguas maternas son muy frecuentes en estas variedades del inglés, (Zhang, 2008; Sailaja, 2009). Las expresiones idiomáticas son elementos culturales, ya que, en muchas ocasiones no tienen una traducción literal. Cuando se traducen, el receptor debe conocer la cultura de la que proviene la expresión para poder interpretar su sentido completo. En nuestro corpus se han hallado muy pocos ejemplos de expresiones idiomáticas traducidas. En el grupo de China no se ha detectado ninguna expresión idiomática traducida, aunque en los tres restantes sí. Aunque sea una práctica común entre estas variedades del inglés, quizá el contexto de los negocios en el que se desarrolla la comunicación no lo propicie tanto

como otros contextos de la sociedad. Aún así, si que consideramos digno de mención que se hayan incluido algunas, a pesar de ser pocas, ya que también acarrea connotaciones culturales.

### **Abreviaciones**

Otro rasgo léxico que es muy común en las variedades de Asia es la utilización de abreviaciones (Sailaja, 2009; Bolton, 2003). En nuestro estudio contrastivo hemos encontrado numerosos ejemplos del uso de las abreviaciones. El grupo de escritores que mayor número de abreviaciones ha utilizado ha sido el de Hong Kong, seguido del de China. En ambos casos sobresale el uso de abreviaciones comparado con los dos otros grupos que han obtenido un número muy por debajo. Tanto el mandarín como el cantonés son muy sintéticos en su expresión y de ahí proviene la tendencia a abreviar las palabras cuando utilizan el inglés.

### **Uso de expresiones de cortesía**

El uso de expresiones de cortesía posee una alta connotación cultural porque refleja la educación del escritor y esta siempre viene marcada por la cultura de la que procede. El uso de dichas expresiones varía mucho de un contexto socio-cultural a otro, y su interpretación es muy subjetiva, es decir, lo que para unos es lo apropiado puede no serlo para otros. El inglés de los denominados hablantes nativos siempre ha intentado inculcar las formulas de cortesía anglo-sajonas, aunque en nuestro estudio, dichas expresiones no siempre son utilizadas o son sustituidas por expresiones procedentes de la L1.

En el análisis de nuestro corpus hemos hallado ejemplos muy interesantes de expresiones de cortesía con un alto contenido cultural. El grupo que destaca en la utilización de dichas expresiones es el de la India. Las expresiones pueden sonar muy rimbombantes y ornamentadas para los lectores que no conozcan la cultura india, pero en realidad es un fiel reflejo de ella. Las relaciones sociales en la India están muy claramente definidas, en mayor medida que en las culturas europeas, esto tiene su origen en la organización de la sociedad india dividida en castas.

Existe un profundo respeto hacia las personas mayores, no pudiendo utilizarse sus nombres de pila, por ejemplo. En algunos círculos, incluso las mujeres no deben referirse a sus maridos por sus nombres de pila tampoco (Sailaja, 2009: 86-87). Todo está ligado a la clase social o casta a la

que se pertenece. En el contexto profesional también se tiene mucho en cuenta el rango que se ostenta y el debido respeto que se debe guardar. En el ámbito académico, por ejemplo, los alumnos se refieren a los profesores universitarios como *sir*. Todas estas costumbres están unidas al contexto cultural y a las lenguas maternas indias. Las expresiones que han sido analizadas reflejan perfectamente lo que acabamos de exponer, desde nuestra perspectiva cultural pueden parecer expresiones de sumisión o incluso hasta de tono ‘cursi’, sin embargo, son expresiones que implican respeto y educación por parte del escritor hacia el receptor.

En los restantes grupos, las expresiones de cortesía han sido utilizadas en menor medida que en el grupo de la India. En el grupo de Pakistán es sorprendente el bajo porcentaje de uso de dichas expresiones, pues sería de esperar que coincidiese más con el grupo de la India, por su pasado cultural común. También encontramos una explicación cultural para ello, la evolución de la sociedad pakistani, que antaño perteneció a India, se ha producido de manera distinta con lo cual podemos pensar que los escritores pakistaníes no poseen las mismas estrategias de cortesía o las utilizan en menor medida que los escritores indios.

En cuanto a los escritores de China y Hong Kong, encontramos que han hecho uso de muy pocas expresiones de cortesía y su estilo ha sido más directo e impositivo como en el siguiente apartado comentaremos. Sin embargo, creemos relevante comentar que en los cuatro grupos se utiliza la expresión *Kindly*, o bien sola, o bien combinada con alguna otra palabra *Please Kindly*, *Kindly do the needful*, etc. Dicha palabra es utilizada en el inglés de la India habitualmente y se ha producido un préstamo lingüístico a otras variedades del inglés de Asia. Históricamente se han producido migraciones entre los países del sur de Asia y se ha comprobado que el inglés de India ha influido en otras variedades (Bolton, 2003: 214). Además de la actual relación comercial que entre todos estos países existe, que hace que la lengua sea un ‘comodín’ al servicio de todos.

## **Estilo**

El inglés de los negocios tiene un estilo claramente definido como se ha detallado en capítulos anteriores. No obstante, los escritores de los e-mails han adaptado el inglés de los negocios a sus variedades del inglés, con sus propios estilos marcados por sus bagajes culturales.

El estilo utilizado en los e-mails de India, como hemos explicado arriba, ha sido muy ornamentado y respetuoso, a la vez que indirecto. Los escritores han utilizados estrategias discursivas indirectas

a diferencia de los e-mails de China y Hong Kong. En el grupo de e-mails de Pakistán se ha utilizado un estilo cortés y educado, aunque sin tanta ornamentación estilística como en el grupo de los indios, se podría decir que es más neutral.

En los dos grupos de correos electrónicos, procedente de China y Hong Kong se ha revelado un estilo muy directo y sintético, en ocasiones impositivo. Consideramos que resulta impositivo por la utilización de formas imperativas que a oídos de hablantes nativos serían demasiado directas, también el uso de *must* hace que algunas oraciones parezcan más como mandatos u órdenes. Esta forma estilística de expresión encuentra su fundamento en la formas de expresión en las lenguas chinas, que son directas y no utilizan gran variedad de matices verbales y/o modales, por lo que pueden resultar un poco bruscos para los hablantes europeos.

### **9.3. Conclusiones del análisis de la organización textual**

La organización textual de los correos electrónicos en el contexto de los negocios o empresarial debería ser muy similar en todos los grupos de escritores, ya que la organización de los e-mails en general es muy clara, siendo más sencilla y escueta que en las cartas tradicionales. Tras el análisis contrastivo del nivel de organización textual de todo el corpus de e-mails, se han descubierto variaciones en los diferentes grupos de e-mails. Siguiendo la plantilla que diseñamos al inicio del análisis, expondremos a continuación las conclusiones que se extraen de los resultados obtenidos en cada apartado del análisis de la organización textual.

#### **División de los párrafos**

En lo resultados pudimos comprobar que la mayoría de los escritores, exceptuando los de Pakistán optaron por dividir el e-mail en varios párrafos, variando el número de párrafos de dicha división de 2 a 8 en el caso de China y Hong Kong, y de 2 hasta 12 en el de India.

#### **Estructura de los e-mails: diferenciación de las partes**

La estructura del e-mail propuesta por Crystal (2001) nos ha servido como base para esta parte del análisis. Al diseñar la plantilla que nos serviría de guión, consideramos importantes las siguientes partes que serían de utilidad para llevar a cabo nuestro análisis:

- La referencia
- El saludo
- La introducción
- El cuerpo del e-mail
- La conclusión
- La despedida
- La firma

En la realización de nuestro estudio contrastivo estimamos importante la forma en que los escritores organizaban la información, las partes que incluían o excluían, etc. Estas formas de organización de la información tienen también su origen en el contexto socio-cultural de los escritores. Efectivamente, hallamos variaciones en la forma de organizar la información y en la propia información proporcionada, como a continuación exponemos.

### **La referencia**

La referencia es una parte del mensaje que sirve de título para anticipar al lector de qué trata el e-mail. El asunto, parte de los e-mails que aparece por defecto en todos, ya nos proporciona dicha información, o sea que muchos escritores omiten el uso de la referencia. En nuestro estudio hemos hallado que solamente el grupo de escritores de India incluye la referencia en la mayor parte de sus correos electrónicos. El resto de grupos no incluyen esa parte. Una vez más encontramos la causa en el contexto cultural de los escritores, como hemos explicado anteriormente, el estilo de redacción de los escritores indios no escatima en palabras e información, por lo tanto, prefieren ser redundantes e incluir el apartado de referencia. Sin embargo, lo que resulta llamativo de este grupo de escritores es que la referencia realmente no se refiere a lo que a continuación exponen, sino que se trata de una especie de saludo inicial antes del propio saludo en sí. Este apartado utiliza las palabras: *greetings* junto con el nombre de a quien va dirigido el e-mail y *kind attention* con el nombre a continuación del destinatario o destinatarios. Volvemos a reiterar el estilo marcadamente ornamentado y redundante de los escritores indios.

## **El saludo**

Según Baron (2000: 238) los tratamientos de cortesía como son el saludo y la despedida tienden a no ser utilizados por la simpleza y la rapidez con que se escriben los e-mails y además porque se trata también de información que aparece de manera automática en los encabezamientos. Sin embargo, otros investigadores consideran que el uso de los saludos en los e-mails es más común entre hablantes no nativos cuando usan el inglés como lengua franca, que entre hablantes nativos (Kankaaranta, 2006). De todas maneras el uso de marcadores de cortesía, como son el saludo y la despedida, en la comunicación vía e-mail varía dependiendo de la cultura (Waldvogel, 2007).

En los resultados de nuestro análisis contrastivo hemos detectado que la mayoría de los escritores de los cuatro grupos han optado por incluir un saludo en sus correos electrónicos. El grupo de Hong Kong ha obtenido el porcentaje más alto, seguido del de Pakistán, China e India. El tipo de saludo que han elegido en su mayoría es *Dear + Nombre*, exceptuando el grupo de escritores de India que han utilizado nuevamente la expresión *greetings* como saludo. Los escritores de Pakistán, China y Hong Kong han utilizado en un porcentaje muy bajo saludos más coloquiales del tipo *Hi +Nombre*, solamente en los casos en los que el receptor era muy conocido. Deducimos de los resultados que en su mayoría los escritores de los cuatro grupos prefieren usar las formulas de cortesía clásicas utilizadas en las cartas, por lo tanto, se demuestra que los hablantes no nativos, de este corpus, usan los saludos en su mayoría y además escogen saludos de tipo más formal que los que habitualmente un hablante nativo americano o británico escogería, en el caso de utilizar saludo (Nickerson, 2005; Kankaaranta, 2006).

En el caso de India, que es un poco diferente del resto, apreciamos la influencia cultural a través del uso de la expresión *greetings*, como ya hemos comentado en el apartado de la referencia, los escritores indios exageran el uso de saludos y agradecimientos respondiendo al bagaje socio-cultural del que proceden, y por supuesto la influencia de las lenguas indias. En todos los grupos podemos decir que existe un expresión de su identidad cultural a través del uso de los saludos de los e-mails, que transmiten deferencia y respeto a quien van dirigidos.

## **La despedida**

La presencia o ausencia de tanto el saludo como la despedida, así como el tipo de saludo o despedida que se utiliza, establece el tono del e-mail que se escribe, según Waldvogel (2007) los

saludos y despedidas son medios a través de los cuáles los escritores expresan su identidad profesional y la relación con el receptor. Una despedida puede ayudar a consolidar una relación de negocios y establecer las bases para futuras comunicaciones. También a través del uso del inglés como lengua franca los escritores expresan su identidad cultural (Meierkord, 2002).

En el apartado de la despedida destaca que la mayor parte de los escritores de los cuatro grupos han utilizado la misma fórmula de despedida *Best Regards*, exceptuando el grupo de Hong Kong que ha utilizado la fórmula abreviada *B. Rgds*. De manera que se manifiesta un ejemplo de influencia cultural con la abreviación de la despedida, se muestra una vez más la tendencia al uso de las abreviaciones que los escritores de Hong Kong poseen. En el caso de Pakistán, nos llama la atención la utilización de expresiones como *Back to family*, *Good Luck*, *Thanks*, *Thanks & regards*, *Take care* que aunque han obtenido un porcentaje muy bajo, tienen a nuestro juicio un alto contenido cultural expresando deseos a través del comentario fálico. También encontramos despedidas de este tipo en el grupo de e-mails de China con expresiones como: *Best Wishes*, *All the Best*, *Thanks*, aunque con un porcentaje muy bajo de uso. En el caso de India, en las despedidas no encontramos tanto contenido cultural en comparación a los saludos, aunque, como más adelante veremos sí en el párrafo de la conclusión.

### **La introducción**

La introducción es la parte del cuerpo del mensaje donde se informa brevemente al lector de lo que trata el e-mail, aunque en el asunto esto puede estar bien explicado. Este tipo de organización es más utilizada en e-mails de tipo profesional o comercial que en los e-mails personales Crystal (2001: 109).

Sin embargo, en nuestro análisis hemos detectado que un alto porcentaje de escritores han omitido el párrafo introductorio. En el caso de los grupos de e-mails de Pakistán, China y Hong Kong los resultados demuestran que la mayoría de los e-mails no contienen introducción. En el caso de India, la mayoría de los escritores sí han incluido una introducción en el e-mail. Podemos atribuir este hecho a la formalidad que han demostrado en todo el análisis los escritores indios, de manera que su forma de organizar y redactar recuerda más a las cartas. La información que los escritores del grupo de India han incluido en dicho apartado varía, en algunos casos se refieren a e-mails previos, también redactan la introducción agradeciendo algo, ya sea una reunión, e-mail, llamada,

etc. expresando buenos deseos sobre alguna cuestión, etc. En general, remarcamos el hecho de que introducen el e-mail de una forma muy cortés y estableciendo una relación de cordialidad con el receptor. Esta estrategia implica una influencia cultural de respeto y deferencia muy propia de la cultura india, como hemos ido comprobando a lo largo de todo el análisis contrastivo.

El resto de los grupos de escritores, como hemos mencionado arriba, han optado por no incluir una introducción en su mayoría. En el caso de los escritores de China y Hong Kong, nuevamente se otorga a la tendencia natural de las lenguas chinas a sintetizar la redacción y la expresión escrita al máximo. Los escritores que sí han incluido introducción en ambos grupos han expresado las siguientes ideas: Los chinos se han referido a un e-mail previo, han agradecido algo, se han referido al contenido del e-mail y han expresado buenos deseos, este último en mayor porcentaje. Podemos encontrar aquí, influencia cultural atribuible a las estrategias de cortesía propias de las lenguas chinas. En el caso del grupo de escritores de Hong Kong que sí han incluido introducción en los e-mails, la información ha sido la siguiente: se han referido a un e-mail previo, han agradecido algo, se han referido al contenido del e-mail, saludando, presentándose y refiriéndose a una conversación anterior. Sin embargo, en el caso de Pakistán, nos resulta sorprendente que hayan optado por no utilizar el párrafo introductorio en su mayoría. No obstante, los escritores pakistaníes que sí ha incluido introducción han expresado buenos deseos y aquí encontramos rasgos culturales similares a los de la India.

### **La conclusión**

Dentro de la organización que habíamos estimado que debía tener un correo electrónico, incluimos el párrafo de conclusión. Normalmente el e-mail incluye un párrafo final o conclusión del mensaje, en el que el emisor o bien sintetiza lo anteriormente expuesto o bien se despide simplemente utilizando varias fórmulas de despedida o frases hechas para tal efecto. Anteriormente explicamos que la despedida es un elemento del e-mail que tiene dos funciones importantes que lo distinguen de la carta tradicional. En primer lugar, actúa como marcador del límite indicando que no es necesario continuar con la lectura y por lo tanto muchos lectores no leen más allá de la firma, ya que en muchos casos aparece automáticamente información adicional de publicidad del servidor, aviso de filtro de virus, confidencialidad del mensaje, etc. o son mensajes reenviados de otros anteriores. En segundo lugar, tiene una función extra y es la de



proporcionar al receptor información que no aparece en el encabezamiento, o si el mensaje es reenviado a posteriores receptores (Crystal, 2000:105). Este tipo de información puede ser referente al puesto que ocupa la persona en la jerarquía de la empresa o institución desde la cual escribe, número de teléfono o fax, y aparece después de la firma del emisor. En cualquier documento es importante resumir lo que consideramos principal y sobre todo lo que queremos que el receptor recuerde. De ahí la importancia de la conclusión, especialmente en el contexto empresarial, ya que, puede haberse tratado temas de suma importancia y qué deben ser recordados.

En nuestro análisis contrastivo hemos hallado que la mayoría de los escritores de tres de los grupos han incluido la conclusión en sus e-mails, y uno sólo, el grupo de Pakistán, ha tenido un porcentaje más bajo de inclusión del párrafo de la conclusión. En referencia a la información que contienen estos párrafos de conclusión varía de unos grupos a otros, y es en esta información donde podemos apreciar las influencias culturales nuevamente. El grupo de la India, es otra vez el que mayor porcentaje ha obtenido de uso de las conclusiones, dichas conclusiones han expresado la siguiente información: han realizado una doble función la de despedirse y la de concluir agradeciendo, todo ello con gran rimbombancia y ornamentación, como hemos descrito en otros apartados, en mucho menor porcentaje han concluido lo tratado en el e-mail o de otras formas. Durante todo el análisis contrastivo hemos comprobado como los escritores indios utilizan este tipo de lenguaje y estilo para la redacción de los e-mails, debido a la influencia socio-cultural en la que se encuentran inmersos que se refleja en esta forma tan respetuosa y educada de redactar, incluso aún tratándose del contexto de los negocios que por su identidad propia suele propiciar una redacción breve, concisa, directa y libre de ornamentaciones.

Los grupos de China y Hong Kong sí han incluido un alto porcentaje de algún tipo de conclusión, como a continuación explicamos. El grupo de Hong Kong ha incluido párrafos de conclusión despidiéndose concluyendo lo tratado en el e-mail y a la espera de contestación y/o solución de algo descrito anteriormente y expresando buenos deseos. Los párrafos de las conclusiones son en realidad oraciones cortas y sintéticas que cierran rápidamente el mensaje y dan la impresión de que al escritor le urge la contestación y que insta al receptor a la instantánea contestación. Esta forma de expresar la información breve, sintética y un tanto directa e impositiva concuerda con la forma en que estos escritores han expresados sus ideas a lo largo de todo el análisis contrastivo. En el grupo de e-mails de China destacamos que la información que incluyen es similar a la del grupo de Hong Kong, por un lado, se despiden concluyendo lo tratado en el e-mail a la espera de

contestación y/o solución en su mayoría y por otro, concluyen agradeciendo y expresando buenos deseos, pero en menor porcentaje.

Por último, queremos remarcar que el grupo de escritores de Pakistán no ha incluido en su mayoría (67%) una conclusión en los e-mails. La minoría de escritores que sí han incluido párrafo de conclusión han expresado la siguiente información: la mayoría de ellos han concluido lo tratado despidiéndose y a la espera de contestación, y agradeciendo algo. El grupo de escritores pakistaníes se distingue de los demás grupos por escribir en un estilo más parecido a lo que nosotros conocemos como el del inglés de los negocios estándar, sin información extraordinaria de lo que se quiere comunicar.

### **La firma**

Según explicábamos en el apartado del saludo y la despedida, Baron (2000) es de la opinión de que numerosos escritores en la actualidad omiten el uso del saludo, la despedida e incluso la firma. Sin embargo, hemos podido comprobar que esto varía de un grupo a otro de escritores y que los escritores no nativos tienden a incluir todas las partes más que los escritores nativos. La firma es también un elemento digno de análisis, y en nuestro estudio hemos detectado que la mayoría de los escritores de los cuatro grupos sí han incluido firma en sus e-mails. Este dato nos confirma lo que hemos acabamos de exponer.

## **9.4. Conclusiones análisis de los objetivos comunicativos**

Según Swales (1990) un género conforma una serie de acontecimientos comunicativos, además de los hablantes que comparten un conjunto de propósitos comunicativos. Estos propósitos comunicativos a su vez, son reconocidos por una determinada comunidad de hablantes. Todo ello determina la estructura del discurso, e influye en el contenido y el estilo. Además del propósito comunicativo, un género determinado comparte patrones similares en estructura, estilo, contenido y audiencia.

Según Bhatia (1993), todos los géneros se pueden analizar teniendo en cuenta diferentes niveles de análisis. En primer lugar se puede llevar a cabo un análisis lingüístico (léxico-gramatical, de organización textual y de objetivos comunicativos). En el nivel de análisis de los objetivos

comunicativos se establece el análisis de los movimientos que implican una intención comunicativa. Además del análisis lingüístico se debe realizar un análisis de factores culturales ya que la relación entre la comunicación lingüística y la cultura del hablante es muy estrecha.

La forma en que los hablantes de diferentes culturas se expresan y organizan los textos varía considerablemente. En el contexto profesional actual esto es más que evidente, como hemos reiterado a lo largo de esta tesis doctoral. La globalización de la comunicación y las nuevas tecnologías han propiciado que miles de hablantes de diferentes culturas se comuniquen entre sí utilizando el inglés como lengua franca y a pesar de utilizar una lengua común los rasgos culturales se manifiestan claramente. Hemos podido comprobar que existen variaciones en los niveles léxico y gramatical, así como en el fonológico, aunque en nuestro estudio no se ha analizado. Las variaciones en los objetivos comunicativos y en las convenciones culturales son un poco más complicadas de determinar. Una persona puede redactar correctamente de acuerdo a las reglas gramaticales y sin embargo utilizar las normas o convenciones culturales de su lengua maternando lugar a un conflicto de inteligibilidad. Por lo tanto, llegamos a la conclusión de que las variaciones se producen constantemente en todos los niveles de una lengua, ya que, el bagaje socio-cultural del hablante influye de manera involuntaria en el discurso, ya sea hablado o escrito. Las variedades del inglés reflejan las normas y convenciones culturales de sus hablantes o escritores. Por todo lo anterior, a veces, resulta difícil comunicarse, no precisamente por la falta de corrección gramatical sino por el enfoque cultural que cada uno le da al discurso.

En el presente apartado presentaremos las conclusiones del análisis de los objetivos comunicativos de los *weekly reports*, o informes semanales llevados a cabo por empleados del departamento comercial de la empresa de exportación. En teoría, todos los informes deberían tener un mismo formato, establecido por la empresa, pero hemos detectado que existen variaciones entre los grupos de escritores y que estas variaciones son debidas a las convenciones culturales de los escritores.

### **Los movimientos comunicativos**

En la estructura marcada por la propia empresa se incluían seis movimientos con objetivos comunicativos. En los cuatro primeros movimientos no hemos detectado ninguna variación en ninguno de los dos grupos. Todos los escritores informan de la empresa visitada (M1), así como

de los clientes participantes en la reunión (M2), en el tercer movimiento (M3) informan del agente participante en la reunión y en el cuarto movimiento (M4) informan sobre el representante de la empresa *Laser Company* presente en la reunión.

### **Variaciones del Movimiento 5**

En los siguientes movimientos sí se han detectado variaciones en las secuencias comunicativas de ambos grupos de informes. El M5, que informa del desarrollo de la reunión, se divide en varias secuencias comunicativas (S). Es en este movimiento y en el siguiente donde hemos detectado variaciones en la secuencias utilizadas por los escritores de ambos grupos, tanto los de India como los de Hong Kong. Por un lado, existen variaciones en cuanto al número de secuencias utilizadas y por otro lado, existen variaciones en cuanto al objetivo comunicativo de dichas frecuencias, como a continuación comprobaremos.

Es destacable que en la S1, en la que se establece el objetivo de la reunión, los *weekly reports* de Hong Kong han obtenido un alto porcentaje de uso, sin embargo en la misma secuencia los informes de India han obtenido un porcentaje muy bajo. Atribuimos estos resultados a la claridad y precisión con la que los escritores de Hong Kong desean expresar su información, prefieren ir directo a la cuestión sin demasiadas florituras y en contraposición los escritores indios no especifican el objetivo de la visita porque prefieren aportar información de otro tipo. En la S2, que describe la demostración comercial, los escritores indios si la incluyen en sus *weekly reports*, por el contrario los de Hong Kong no la incluyen en ningún informe, no estiman necesario realizar una descripción de la demostración del funcionamiento de la máquina porque es algo conocido por todos en la empresa. Por el contrario los indios si describen la demostración porque tienden a dar más información detallada de todo.

La S3, que proporciona información sobre el cliente, ha estado más equilibrada en los dos grupos en cuanto a porcentajes se refiere, ambos han incluido información en esta secuencia.

La S4, que proporciona información del contexto, ya sea del país, la industria, la economía, etc. ha sido incluida en ambos grupos sin muchas diferencias, aunque es el grupo de los escritores indios el que obtienen el porcentaje más alto. Las dos secuencias son importantes ya que describen al cliente potencial y su contexto y en estos puntos ambos grupos han considerado la inclusión de la información. En la S5, que define los planes y las intenciones del cliente, el grupo de los escritores indios ha obtenido un porcentaje mucho más alto que el de los de Hong Kong, una vez más

comprobamos como los escritores indios se inclinan por las descripciones y la información adicional mientras que los escritores de Hong Kong tienden a ser más sintéticos y escuetos. En la S6, que establece las exigencias del cliente, los escritores de India nuevamente han obtenido mayor porcentaje que los de Hong Kong que no han obtenido resultados. Lo mismo ocurre con la S7, que transmite la reacción del cliente, reincidimos en el hecho de que los escritores indios incluyen más información detallada que los escritores de Hong Kong.

En la S8, que establece las decisiones tomadas, aunque en bajo porcentaje, ambos grupos la han incluido. En la S9, que informa de los problemas, los porcentajes de ambos grupos son bajos también. En la S10, que proporciona la opinión personal del encuentro, los escritores indios obtienen un alto porcentaje y los de Hong Kong mucho más bajo. Los escritores indios se inclinan una vez por la descripción detallada y por compartir sus opiniones y criterios con el lector, mientras que los escritores del grupo de Hong Kong son más imparciales y no dan opinión personal del asunto.

### **Variaciones del Movimiento 6**

Como hemos explicado anteriormente, el M6 también presenta variaciones en los dos grupos de *weekly reports*. Igual que en el anterior movimiento, en el M6 hay variaciones en el número de secuencias utilizadas y en los objetivos comunicativos de dichas secuencias. El M6, resume y/o concluye lo negociado en la reunión y se divide en 5 secuencias comunicativas. La S1, establece las acciones necesarias que se deben llevar a cabo, en esta frecuencia ambos grupos de escritores han utilizado un porcentaje similar, por lo que no se presenta ninguna variación destacable. En la S2, que establece quien debe encargarse del seguimiento, el grupo de escritores de India ha obtenido el cien por cien de uso de esta frecuencia y por el contrario el grupo de Hong Kong, ha obtenido un porcentaje mucho menor. En la S3, que resume la situación del cliente, el grupo de escritores de India no ha hecho uso de esta secuencia y el grupo de Hong Kong la ha utilizado en bajo porcentaje.

La S4, que informa sobre la reacción/decisión del cliente ha obtenido los mismos resultados que la secuencia anterior. La última secuencia del M6, que sugiere o recomienda estrategias a seguir, ha obtenido un porcentaje más alto en el grupo de India que en el grupo de Hong Kong. Estos resultados redundan en las conclusiones previas, los escritores indios incluyen más información y tienden a ofrecer su opinión personal.

Los informes en general y los *weekly reports* en particular, tienen como objetivo informar sobre hechos, cifras, ventas, etc. llevadas a cabo por lo empleados de la empresa con los clientes. Los informes en general pueden ir dirigidos a diferentes lectores, pero en nuestro caso son de carácter interno en la empresa de exportación. Su principal objetivo es el de informar semanalmente a todo el departamento comercial (y en ocasiones a otros departamentos como el de producción, etc.) de las novedades y resultados de su misión, visitar y reunirse con clientes en cualquier parte del mundo, y en nuestro caso más exactamente en el sudeste asiático. Como hemos podido comprobar tienen un objetivo claro y sin embargo los escritores de diferentes orígenes varían los objetivos comunicativos en función de lo que a su parecer es más importante. Si bien es verdad que cumplen con los requisitos de informar sobre su actividad semanal, lo hacen de manera muy distinta incluyendo objetivos comunicativos diferentes. Además de lo anterior hemos comprobado que el orden de las secuencias comunicativas varía sustancialmente en los informes, es decir, que no siguen el mismo patrón sino que cada uno establece el patrón que más le conviene. Una vez más nos encontramos con el concepto de identidad cultural, que nos afianza la idea de que a pesar de estar usando el inglés como lengua franca los escritores expresan su identidad cultural a través de la lengua. De esta manera podemos decir que, por un lado, los escritores indios son mucho más prolíficos en la redacción, tienden a detallar la información y a dar una opinión personal, que realmente no es pertinente en este tipo de informes. Por otro lado, los escritores de Hong Kong expresan su identidad cultural en la inclusión de información más concisa y breve, su lenguaje es más directo y sintético, sin incluir tantas secuencias comunicativas.

### **Conclusiones finales**

Tras exponer las conclusiones de cada nivel de análisis, explicaremos cuáles son las conclusiones finales de este estudio. En los inicios de nuestro estudio nos planteábamos si la globalización estaba generando un inglés homogéneo en el contexto de los negocios o si, por el contrario, éste seguía presentando variaciones dependiendo de la procedencia de sus hablantes. A través del análisis que hemos llevado a cabo, hemos podido constatar que no existe un inglés homogéneo y que sí se presentan variaciones diversas en los diferentes niveles; asimismo, estas variaciones vienen dadas por la procedencia y la cultura del hablante. A pesar de la existencia de dichas variaciones no hay conflicto de comprensión entre el emisor y el receptor. Las variaciones

detectadas no provocan el fracaso de la comunicación, sino al contrario, en ocasiones los escritores se adaptan a su audiencia para facilitar la comunicación.

A lo largo del análisis que hemos llevado a cabo, el grupo de escritores de Pakistán es en el que menos variaciones hemos detectado, podemos atribuir este dato a que la adquirieron como segunda lengua y en su evolución lingüística no han sufrido tantas influencias de la lengua materna como le ha sucedido a la India, país en el que conviven múltiples lenguas. Con ello, los escritores pakistaníes están más adaptados al contexto internacional donde se realizan las comunicaciones, en el contexto de los negocios.

También nos preguntábamos si era la normativa anglosajona la que regía estas comunicaciones interculturales y hemos comprobado que no es así en todos los casos. Las variedades del inglés que hemos analizado se rigen por sus propias normas y características y no por la normativa británica o norteamericana. Lo que sí es cierto es que quizá, en el contexto empresarial, sí se homogeniza la forma de redactar con el objetivo de ser más comprensible entre tantas diversas nacionalidades. Realmente, la lengua inglesa como franca debería ser como un ‘camaleón’, que se adaptara a las diferentes situaciones comunicativas del ámbito de los negocios. La situación del inglés de los negocios es muy divergente de la del inglés en el ámbito académico, donde, la normativa anglosajona es la que dicta las reglas. En el contexto empresarial prima la consecución de una negociación, una venta, etc. y no se detiene tanto a pensar si es correcto desde el punto de vista de los hablantes nativos. Como hemos reiterado a lo largo de la presente tesis doctoral la globalización y las nuevas formas de comunicación propician esta nueva situación de la lengua inglesa, y el mundo empresarial requiere agilidad y fluidez en sus gestiones.

En los planteamientos iniciales de los objetivos de nuestro estudio, nos disponíamos a averiguar si la lengua materna y el contexto socio-cultural de los escritores influían en su redacción. Hemos comprobado que sí; la influencia de L1 y el contexto socio-cultural se han detectado en todos los niveles del análisis. Tanto de manera explícita como implícita, hemos mostrado ejemplos de dicha influencia en todos los grupos de escritores en mayor o menor medida. Como hemos indicado arriba, a pesar de existir esas diferencias, la comunicación entre los empleados de la empresa es fluida y no existen los malentendidos, por hallarse en un contexto muy específico.

Nuestro estudio demuestra la necesidad de ampliar las investigaciones en el campo del inglés como lengua global, así como en las diferentes variedades y géneros del inglés, teniendo en

consideración los factores culturales así como la situación sociolingüística de los hablantes. De la misma forma, también existe la necesidad de estudios que utilicen corpus auténticos del mundo empresarial, ya que nos proporcionan una información muy valiosa y veraz de la actual situación del inglés en este contexto.

Proponemos la ampliación de estudios de este tipo para poder extraer conclusiones que nos sean útiles a la hora de detectar las características de un inglés más global y adaptado a la nueva situación mundial. Esta investigación también tiene una aplicación didáctica, como conseguir que los estudiantes conozcan las diferentes formas y usos de la lengua inglesa. Una orientación docente más intercultural facilitaría a los estudiantes a su futura incorporación en el mundo laboral global, conocer los usos y costumbres de otras culturas que cada vez tienen más peso en el comercio internacional, como son India y China.



## **10. BIBLIOGRAFÍA**



- Abdullah, N. H. (2003) *Relational communication in organisational email: A Malaysian case study*. Tesis doctoral no publicada. Kuala Lumpur, Malasia: Faculty of Language and Linguistics, University of Kuala Lumpur.
- Adamson, B. y Morris, P. (1997). The English curriculum in the People's Republic of China. *Comparative Education Review*, 41 (1), 3-26.
- Agnihotri, R. K., Khanna, A. L. y Mukherjee, A. (1988) *Tense in Indian English: A sociolinguistic perspective*. New Delhi: Bahri Publications Private Limited.
- Akar y Louhiala-Salminen (1999) Towards a new genre: A comparative study of business Faxes. En Bargiela-Chiappini y Nickerson (eds.), *Writing business: Genres, media, and discourses* (pp. 207-226). New York: Pearson Education.
- Akar, D. (2002) The macro contextual factors zapping business discourse: The Turkish case. *IRAL*, 40, 305-322.
- Alcaráz Varó, E. (2000) *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza.
- Alcaraz Varó, E. Mateo, J. y Yus, F. (2007) *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ariel.
- Altenberg, B. y Granger, S. (2002) Recent trends in cross-linguistic lexical studies. En B. Altenberg y S. Granger (eds.), *Lexis in contrast* (pp. 3-48). Amsterdam: John Benjamins.
- Anwar, B. (2009) Urdu-English code switching: The use of Urdu phrases and clauses in Pakistani English (A non-native variety) *International Journal of Language Studies*, 3 (4), 409-424.
- Bargiela-Chiappini, F. y Nickerson, C. (2002) Business discourse. *International Review of Linguistics in Language Teaching*, 40, 4.
- Bargiela-Chiappini, F. y Nickerson, C. (2003) Intercultural business communication: A rich field of studies. *Journal of Intercultural Studies*, 24 (1), 3-15.
- Bargiela-Chiappini, F. (2004) Intercultural business discourse. En Candlin, Christopher N. y Gotti, Maurizio (eds.), *Intercultural aspects of specialized communication* (pp. 29-51). Bern: Peter Lang.
- Baron, N. S. (1984) Computer mediated communication as a force in language change. *Visible Language*, 18 (2), 118-41.
- Baron, N. S. (1998) Letters by phone or speech by other means: The linguistics of email. *Language and Communication*, 18, 133-170.
- Baron, N. S. (2000) *Alphabet to email: How written English evolved and where it's heading*. New York y London: Routledge.

- Baron, N. S. (2002) Who sets email style? Prescriptivism, coping strategies, and democratizing communication access. *The Information Society*, 18, 403-413.
- Baumgardner, R. J. (1990) The indigenization of English in Pakistan. *English Today*, 21 (6-1), 59-65.
- Baumgardner, R. J. (1993) *The English language in Pakistan*. Karachi: Oxford University Press.
- Beck, U. (1998) *¿Qué es la globalización?* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Benson, P. (2000) Hong Kong words: variation and context. Special Issue of *World Englishes on 'Hong Kong English: Autonomy and Creativity,'* 19 (3), 373-80.
- Bhatia, V. K. (1987) Textual-mapping in British legislative writing. *World Englishes*, 6 (1), 1-10.
- Bhatia, V. K. (1993) *Analysing Genre: Language use in professional settings*. London: Longman.
- Bhatia, V.K. (1997). Genre-mixing in academic introductions. *English for Specific Purposes*, 16 (3), 181-195.
- Bhatia, V. K. (2008) Creativity and accessibility in written professional discourse. *World Englishes*, 27 (3-4), 319-326.
- Bhatia, V. K. (2008) Genre analysis, ESP and professional practice. *English for Specific Purposes*, 27, 161-174.
- Bhatt, R. (2000) Optimal expressions in Indian English. *English Language and Linguistics*, 4 (1) 69-95.
- Bhagwati, J. (2005) *En defensa de la globalización: El rostro humano de un mundo global*. Barcelona: Debate.
- Biber, D. (1995) *Dimensions of register variation. A cross-linguistic study comparison*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Biber, D. (1995) On the role of computational, statistical, and interpretative techniques in multi-dimensional analysis of register variation. *Text*, 15 (13), 341-370.
- Biber, D.; Conrad, S. y Reppen, R. (1998) *Corpus Linguistics. Investigating Language Structure and Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bilbow, G. (2002) Commissive speech act use in intercultural business meetings. *IRAL*, 40, 287-303.
- Bolton, K. y Kwok, H. (1990) The dynamics of the Hong Kong accent: Social identity and sociolinguistic description. *Journal of Asian Pacific Communication*, 1, 147-72.
- Bolton, K. (2003) *Chinese Englishes. A Sociolinguistic History*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Bowker, L. (2001) Towards a methodology for a corpus-based approach to translation evaluation. *Meta*, 46 (2), 345-364.
- Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2008) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
- Bridgman, E. (1833) Introductory remarks. *Chinese Repository* 2, 1-9.
- Brown, G. y Yule, G. (1983) *Discourse analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Butler, S. (2002) Language, literature and culture-and their meeting in the dictionary. En Kirkpatrick, A. (eds.), *Englishes in Asia: Communication, identity, power and education* (pp. 143-168). Melbourne: Language Australia.
- Buyse, K. (2000). *The study of multi- and monolingual corpora as a tool for the development of translation studies*. En S. Bernardini, F. Zanettin (eds.), *Corpus use and learning to translate* (pp. 137-152). Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna.
- Carrió Pastor, M. L. (2002) *Análisis contrastivo del discurso científico-técnico: Errores y variaciones comunes en la escritura del inglés como segunda lengua*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Carrió, M. L. y Muñiz, R. (2010) International communication: Certainty and uncertainty terms in business e-mails written by non-native English speakers. *9<sup>th</sup> International Conference of AELFE*. Hamburgo: Universidad de Hamburgo.
- Carless, D. R. (1995) Politicised expressions in the South China Morning Post. *English Today*, 42, 18-22.
- Carter, R. y Sánchez Macarro, A. (1998) *Linguistic choice across genres: Variation in spoken and written English*. Amsterdam: John Benjamins.
- Carter, R. y McCarthy, M. (1999) The English *get*-passive in spoken discourse: description and implication for an interpersonal grammar. *English Language and Literature*, 3 (1), 41-58.
- Case, C. J. (1996) *The role of electronic messaging in the intermediate business context*. Tesis doctoral no publicada. Denton: University of North Texas.
- Chakorn, O. (2002) *Contrastive rhetoric of English persuasive correspondence in the Thai business context: Cross-cultural sales promotion, request and invitation*. Tesis doctoral no publicada. Coventry: University of Warwick.
- Chan, M. y Kwok, H. (1985) *A study of lexical borrowing from Chinese into English with special reference to Hong Kong*. Hong Kong: Centre of Asian Studies.

- Charles, M. y Marschan-Piekkari, R. (2002) Language training for enhanced horizontal communication: A challenge for Mncs. *Business Communication Quaterly*, 65 (2), 9-29.
- Coates, A. F. H. (1978) *A Macao narrative*. Hong Kong: Heinemann.
- Collot, M. & Belmore, N. (1996) Electronic language: A new variety of English. En Herring (eds.), *Computer Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives* (pp. 13-28). Amsterdam: John Benjamins.
- Connor, U. (1988) A contrastive study of persuasive business correspondence: American and Japanese. En S. J. Bruno (eds.), *Global implications for business communications: theory, technology, and practice* (pp. 57-72). Houston: TX: School of Business and Public administration.
- Connor, U. (1996) *Contrastive rhetoric: Cross-cultural aspects of second-language writing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Connor, U. (2002) New directions in contrastive rhetoric. *Tesol Quaterly*, 36 (4), 493-510.
- Connor, U. (2004) Intercultural rhetoric research: Beyond texts. *Journal of English for Academic Purposes*, (3) 4, 291-304.
- Connor, U. (2005) From contrastive to intercultural rhetoric and the benefits of cross-cultural collaboration in teaching and research. *Ibérica* 10, 161-169.
- Connor, U., E. Nagelhout y W.V. Rozycki (2008) *Contrastive rhetoric: Reaching to intercultural rhetoric*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Crystal, D. (1997, 2003) *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2000) *Language death*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2001, 2006) *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2004) *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza
- Conrad, S. (1999) The importance of corpus-based research for language teachers. *System*, 2, 1-18.
- Cortés, L. y Camacho, M. (2003) *¿Qué es el análisis del discurso?* Barcelona: Octaedro EUB.
- Currás, R. (2009) *Traducción de elementos culturales en A man for all seasons, de Robert Bolt*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Dalby, D. (2001) The linguasphere: Kaleidoscope of the world's languages. *English Today*, 17 (1), 22-26.
- Danet, B. (2001) *Cyberpl@y: communicating online*. Oxford: Berg.
- Danet, B. (2002) The language of email. Conferencia II presentada en European Union Summer School (1-27). Roma: Universidad de Roma

- Danet, B. & Herring, S. (2007) Multilingualism on the Internet. En Hellinger, Marlis & Anne Pauwells (eds.) *Language and communication: Diversity and change. Handbook of applied linguistics* 9, (pp. 553-592). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Davies, A. (1991) *The Native Speaker in Applied Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- De Beaugrande, R. (1998) Linguistics, sociolinguistics and corpus linguistics: ideal language versus real language. *Journal of Sociolinguistics*, 3 (1), 128-139.
- De Beaugrande; R. (2000). La saga del análisis del discurso. En van Dijk (comp.) *El discurso como estructura y proceso* (pp.67-108). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Deng, P. (1997) *Private Education in Modern China*. London: Praeger.
- Dodd, D. (2000) The word is out on audioconferencing. *Telecommunications*, 34, (6), 59-62.
- Drave, N. (2002) Vaguely speaking: a corpus approach to vague language in intercultural conversations. En P. Peters, P. Collins y A. Smith (eds.), *New frontiers of corpus research* (pp. 25-40). Amsterdam: Rodopi.
- Drew, P., y Sorjonen, M. L. (1997). Institutional dialogue. En: van Dijk, T. A. (eds.), *Discourse as social interaction: Discourse studies: A multidisciplinary introduction, Vol. II* (pp. 92-118). London: Sage.
- Dudley-Evans, T. y St John, M. J. (1998) *Developments in English for specific purposes: A multidisciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dudley-Evans, T. (1998) Introduction. En I. Fortanet Gómez, S. Posteguillo Gómez, J. C. Palmer Silveira y J. F. Coll García (eds.), *Genre studies in English for academic purposes* (pp. 9-12). Castellón: Universitat Jaume I.
- Ellis, R. (1994) *The study of second language acquisition*. Oxford: Oxford University Press.
- Evans, S. (2010) Business as usual: The use of English in the professional world in Hong Kong. *English for Specific Purposes*, 29, 153-167.
- Fairclough, N. (1992) *Critical language awareness*. London: Longman.
- Fernández F. y L. Gil Salom (2000) *Enlaces oracionales y organización retórica del discurso científico en inglés y español*. Valencia: Universitat de València.
- Fernández F. y Soler Monreal, C. (2001) *El relativo en el registro científico-técnico español e inglés: estudio contrastivo*. Valencia: Universitat de València.
- Ferrara, K., Brunner, H. y Whittemore, G. (1991) Interactive written discourse as an emergent register. *Written Communication*, 8, 8-34.

- Finch, G. (2003) *Word of mouth. A new introduction to language and communication*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Flowerdew, J. y Wan, A. (2010) The linguistic and the contextual in applied genre analysis: The case of the company audit report. *English for Specific Purposes*, 29, 78-93.
- Fortanet, I. (1998) *Academic English: Reading Skills for the comprehension of Economic Texts*. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Fortanet, I.; Palmer, J. C; Posteguillo, S. (2004) *Linguistic studies in academic and professional English*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Foucault, M. (1972) *The archeology of knowledge*. New York: Pantheon
- Freeborn, D.; French, P. y Langford, D. (1993) *Varieties of English*. Londres: MacMilland Press.
- Friedlander, A. (1990) Composing in English: effects of a first language on writing. in English as a second language. En B. Kroll (eds.), *Second language writing. Research insights for the classroom* (pp. 109 -125). Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, T. L. (2006) *The world is flat. The globalized world in the twenty-first century*. London: Penguin Books.
- Ghai, Y. (1997) *New constitutional order: The resumption of chinese sovereignty and the basic law*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Gains, J. (1999) Electronic mail- A new style of communications or just a new medium?: An investigation into the text features of e-mail. *English for Specific Purposes*, 18 (1), 81-101.
- García Izquierdo, I. (2007) Los géneros y las lenguas de especialidad. En E. Alcaraz Varó, J. Mateo Martínez y F. Yus Ramos (eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 119-125). Barcelona: Ariel.
- Gavioli, L. y Aston, G. (2001) Enriching reality: language corpora in language pedagogy. *ELT Journal*, 55 (3), 238-246.
- Gee, J. P. (1999) *An introduction to discourse analysis theory and method*. London: Routledge
- Geertz, C. (1973) *The interpretation of cultures*. New York:Basic.
- Gibbs, D. (2000) Cyberlanguage: What is and what it does. En D. Gibbs y K. L. Krause (eds.), *Cyberlines: Languages and cultures of the Internet* (pp. 11-29). Melbourne: James Nicholas Publishers.
- Gibson, R. (2002) *Intercultural business communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Gil, L., Soler, C., Stuart, K. y Candela, J. (2004). *Textworks*. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.



- Gilquin, G. (2003) Causative *get* and *have*. *Journal of English Linguistics*, 31 (2), 125-148.
- Giménez, J. C. (2000) Business e-mail communication: some emerging tendencies in register. *English for Specific Purposes*, 19, 237-251.
- Giménez, J. C. (2005) The language of business email: An opportunity to bridge theory and practice. *Scripta Manent, Journal of the Slovene Association of LSP teachers*, 1 (1).
- Giménez, J. C. (2006) Embedded business emails: Meeting new demands in international business communication. *English for Specific Purposes*, 25, 154-172.
- Goddard, C. y Wierzbicka, A. (1997) Discourse and Culture. En Teun A. Van Dijk (eds.), *Discourse as Social Interaction* (pp 231-259) London: Sage Publications.
- Graddol, D. (1997) *The future of English? A guide to forecasting the popularity of English in the 21st century*. London: The British Council.
- Graddol, D. (2006) *English next?* London: The British Council.
- Graddol, D. (2007) *Changing English*. London: Routledge.
- Grant, C. (1831 -1832) Observations of the estate of society among the Asiatic subjects of Great Britain, particularly with respect to morals, and the means of improving it. En *General appendix to parliamentary papers*. London
- Guillén Nieto, V. (2007) La Comunicación intercultural en los negocios. En Enrique Alcaraz Varó, José Mateo Martínez y Francisco Yus Ramos (eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 115-131). Barcelona: Ariel.
- Guy, J. (1988) *Tudor England*. Oxford: Oxford University Press.
- Hagge, J. y Kostelnick, C. (1989) Linguistic politeness in professional prose: A discourse analysis of auditors. Suggestions letters, with implications for business communication pedagogy. *Written Communication*, 6 (3), 313-339.
- Halliday, M. A. K.; McIntosh, A. y Stevens, P. (1964) *The linguistic sciences and language teaching*. London: Longman.
- Halliday, M. A. K. (1978) *Language as a social semiotic. The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold
- Halliday, M. A. K. y Hasan, R. (1985) *Language context and text: Aspect of language in a social semiotic perspective*. Geelong, Victoria: Deakin University.
- Halliday, M. A. K. (1985) *Spoken and written language*. Oxford: Oxford University Press.
- Haque, A. R. (1993) The position and status of English in Pakistan. En Robert J. Baumgardner (eds.), *The English language in Pakistan* (pp. 13-18). Karachi: Oxford University Press.

- Harkins, B. (2000) Enterprise agility: The impact of e-commerce on the hydrocarbon marketplace. *Hydrocarbon processing (International Edition)*, 79 (5), 61-62.
- Hashmi, A. (1989) Prolegomena to the study of Pakistani English and Pakistani literature in English. International Conference on English in South Asia. Islamabad, 4-9 Enero.
- Hawkins, S. (1983) How to understand your partner cultural baggage. *International Management*, 38 (3), 48-51.
- Hedderich, N. (1997) The demand for business German: a survey of German-American companies. *The Journal of Language for International Business*, 8 (1), 42-52.
- Herring, S. C. (2001) Computer-mediated discourse. En D. Schiffrin, D. Tannen y H. E. Hamilton (eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 612-634). Oxford: Blackwell.
- Herring, S. C. (2007) A Faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4 (1).
- Hiranburana, O. (1996) *Cross-cultural strategies and the use of English in international business correspondence*. Tesis Doctoral no publicada. Adelaide: Flinders University of South Australia.
- Hofstede, G. (2001) *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Holliday, A.; Hyde, M. y Kullman, J. (2004) *Intercultural communication: An advanced resource book*. London: Routledge.
- Holmes, J. y Sigley, R. (2002) What's a word like *girl* doing in a place like this? Occasional labels, sexist usage and corpus research. En P. Peters, P. Collins y A. Smith (eds.), *New frontiers of corpus research* (pp. 247-264). Amsterdam: Rodopi.
- Hunston, S. (2002) *Corpora in applied linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchinson, T. y Waters, A. (1981) Performance and competence in ESP. *Applied Linguistics*, II, I.
- Hutchinson, T. y Waters, A. (1987) *English for specific purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hyland, K. (1998) *Hedging in scientific research articles*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- Hyland, K. (1999) Talking to students: metadiscourse in introductory coursebooks. *English for Specific Purposes*, 18 (1), 3-26.
- Hymes, D. (1984) Sociolinguistics: stability and consolidation. *International Journal of the sociology of Language*, 45, 39-45.

- Jaworski, A. y Coupland, N. (1999) *The discourse reader*. Londres: Routledge.
- Jenkins, S. y Hinds, J. (1987) Business letter writing: English, French and Japanese. *Tesol Quaterly*, 21 (2), 327-354.
- Jenkins, J. (2000) *The phonology of English as an international language*. Oxford: Oxford University Press.
- Jenkins, J., Modiano, M. y Seidlhofer, B. (2001) Euro-English. *English Today*, 68, 17 (4), 13-21.
- Jenkins, J. (2003) *World Englishes. A resource book for students*. New York: Routledge English Language Introductions
- Jenkins, J. (2006) Current perspectives on teaching world Englishes and English as a lingua franca. *Tesol Quaterly*, 40 (1), 157-181.
- Jensen, A. (2009) Discourse strategies in professional e-mail negotiation: a case study. *English for Specific Purposes*, 28, 4-18.
- Johnson, S.; John, H. y John, T. (1755) *Dictionary of the English language*. London: W. Strahan.
- Johnson, S.; Culpeter, J. y Suhr, S. (2003) From “politically correct councillors” to “Blairitie nonsense”: discourses of “political correctness” in three British newspapers. *Discourse and Society*, 14(1), 29-47.
- Johnstone, B. (2008) *Discourse analysis*. Malden, MA: Blackwell Publising.
- Jordan, R. R. (1997) *English for academic purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Joseph, J. (1997) English in Hong Kong: emergence and decline. En S. Wright y H. K. Holmes (eds.), *One country, two systems: changing language use in Hong Kong*. (69). Clevedon, Phil.: Multilingual Matters.
- Jucker, A.; Smith, S. y Lüdge, T. (2003) Interactive aspects of vagueness in conversation. *Journal of Pragmatics*, 4, 210-225.
- Kachru, B. B. (1983) *The indianization of English: The English language in India*. Delhi: Oxford University Press.
- Kachru, B. (1985) Standards, codification and sociolinguistic realism: The English language in the outer circle. En Randolph Quirk y Henry Widdowson (eds.), *English in the world: Teaching and learning the language and literatures* (pp. 11-30). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kachru, B. (1992) *The Other Tongue: English Across Cultures*. Chicago: Illinois University Press.
- Kachru, B. B. (1994) English in South Asia. En Roger Burchfield (eds.), *The Cambridge history of the English language* (pp. 497-553). Cambridge: Cambridge University Press.

- Kachru, B. B. (1996) South Asian English: Towards an identity in diaspora. En Robert J. Baumgardner (eds.), *South Asian English: Structure, use, and users* (pp. 9-28). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Kachru, B. B. (2005) *Asian Englishes today. Asian Englishes beyond the canon*. Hong Kong: Hong Kong University Press
- Kachru, Y. (2003) On definite reference in world Englishes. *World Englishes*, 22 (4), 497-510.
- Kachru, Y. y Nelson, C. (2006) *World Englishes in Asian contexts*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Kachru, Y. y Smith, L.E. (2009) The Karmic cycle of world Englishes: some futuristic constructs. *World Englishes*, 28, (1), 1-14.
- Kachru, Y. (2011) World Englishes context and relevance for language education. En Eli Hinkel (eds.), *Handbook of research in second language teaching and learning volumen II* (155-172). New York: Routledge.
- Kaltenböck, G. (2003) On the syntactic and semantic status of anticipatory it. *English Language and Linguistics*, 7 (2), 235-255.
- Kankaanranta, A. (2006) Hey Seppo, could you please comment on this! Internal email communication in lingua franca English in a multinational company. *Business Communication Quarterly*, 69.
- Ketabi, S. y Shomoossi, N. (2007) Native speaker norms and teaching English as an international language. *Iranian Journal of Language Studies (IJLS)*, 1 (3), 171-180.
- Kirkpatrick, A. (2007) *World Englishes. Implications for international communication and English language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Koeleman, H. (1995) *Interne communicatie als managementinstrument: Strategieën, midelen en achtergronden*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Koller, V. (2004) Businesswomen and war metaphors: possessive, jealous and pugnacious? *Journal of Sociolinguistics*, 8 (1), 3-22.
- Korenman, J. y Wyatt, N (1996) Group dynamics in an email forum. En Susan Herring (eds.), *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives* (pp. 225-42). Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Kress, G. (1985) *Linguistic Processes in Sociocultural Practice*. Victoria, Australia: Deakin University.

- Kreyer, R. (2003) Genitive and *of*-construction in modern written English: processability and human involvement. *International Journal of Corpus Linguistics*, 8 (2), 169-207.
- Krishnamurthy, R. (2000) Collocation: from *silly ass* to lexical sets. En C. Heffer, H. Sauntson y G. Fox (eds.), *Words in Context: A tribute to John Sinclair on his retirement* (pp. 31-47). Birmingham: University of Birmingham.
- Ku, L. (1996) Social and non-social uses of electronic messaging systems in organizations. *The Journal of Business Communication*, 33 (3), 297-325.
- Kumar, A. (mayo 2010) From the editor. *Apparel Views*, IX, (5), 1.
- Kuo, I. (2006) Addressing the issue of teaching English as a lingua franca. *ELT Journal*, 60 (3), 213-221.
- Lee, R. E. (2006) *Globalization, language and culture*. China: Chelsea House Publishers.
- Lehmann, H. (2002) Zero subject relative constructions in American and British English. En P. Peters, P. Collins y A. Smith (eds.), *New frontiers in corpus research* (pp. 163-177). Amsterdam: Rodopi.
- Louhiala-Salminen, L. (1997) Investigating the genre of a business fax: A Finnish case study. *The Journal of Business Communication*, 32 (3), 316-33.
- Louhiala-Salminen, L. y Mirjaliisa, C (2008) English as the lingua franca of international business communication: Whose English? what English? En J. C. Palmer-Silveira, M. Ruiz-Garrido, I. Fortanet-Gómez (eds.), *Intercultural and international business communication* (pp. 27-54). Bern: Peter Lang.
- Loukianenko, M. (2008) Different cultures-different discourses? Rhetorical patterns of business letters by English and Russian speakers. En U. Connor, E. Nagelhout y W.V. Rozycki (eds.), *Contrastive rhetoric: Reaching to intercultural rhetoric* (pp. 87-121). Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Lu, D. (2008) Pre-imperial Chinese: Its hurdles towards becoming a world language. *Journal of Asian Pacific Communication*, 18, 268-279.
- Luzón Marco, M. (2000) Collocational frameworks in medical research papers: A genre-based study. *English for Specific Purposes*, 19, 63-86.
- Mahboob, A. (2003) *The future of English in Pakistan*. Islamabad: Strengthening Participatory Organization.
- Mahboob, A. (2009) English as an Islamic language: a case study of Pakistani English. *World Englishes*, 28 (2), 179-189.

- Maier, P. (1992) Politeness strategies in business letters by native and non-native English speakers. *English for Specific Purposes*, 11 (3), 189-205.
- Mallon y Oppenheim (2002) Style used in in electronic mail. *Aslib Proceedings*, 54 (1), 8-22.
- Markarian, J. (2000) Business-to-business e-commerce gains foothold in oils market. *Chemical Market Reporter*, 258 (5).
- Markus, M. L. (1994) Electronic mail as the medium of managerial Choice. *Organization Science*, 5 (4), 502-27.
- Mateo, J. (2007) El lenguaje de las ciencias económicas. En E. Alcaraz Varó, J. Mateo Martínez y F. Yus Ramos (eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 191-203). Barcelona: Ariel.
- Matthews, P. H. (1997) *The concise Oxford dictionary of linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Meierkord, C. (2002) 'Language stripped bare' or 'linguistic masala'? Culture in lingua franca conversation. En K. Knapp y C. Meierkord (eds.) *Lingua Franca Communication* (pp. 109-133) Frankfurt/Main: Lang.
- McArthur, T. (1992) *The Oxford companion to the English language*. Oxford: Oxford University Press.
- McArthur, T. (1999) World or International or global English and - what is it anyway? En E. James, R. Alatis y A. Hui Tan (eds.), *Georgetown University round table on languages and linguistics*. (pp. 396-401). Georgetown: Georgetown University Press
- McCarthy, M. (1991) *Discourse analysis for language teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCarthy, M. (2001) *Issues in applied linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McEney, A., Baker, P. y Cheepen, C. (2002) Lexis, indirectness and politeness in operators calls. En P. Peters, P. Collins y A. Smith (eds.), *New frontiers of corpus research* (pp. 53-70). Amsterdam: Rodopi.
- McEney, A., Xiao, Z., y Mo, L. (2003) Aspect marking in English and Chinese. *Literary and Linguistic Computing*, 18 (4), 361-378.
- Mc Eney, T.; Xiao, R. y Tono, Y. (2006) *Corpus-based language studies*. New York: Routledge Applied Linguistics.
- Mckay, S. (2002) *Teaching English as an international language*. Oxford: Oxford University Press.

- Miller, J. G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961-978.
- Moag, R. F. (1992) The life cycle of non-native Englishes: A case study. En B. B. Kachru, (ed.), *The other tongue* (pp. 233-44). Chicago: Illinois University Press.
- Modiano, M. (1999) International English in the global village. *English Today*, 15 (2), 23-25.
- Morrison, J. R. (1834) A glossary of words and phrases peculiar to the jargon spoken at Canton. En J. R. Morrison (eds.) *A Chinese commercial guide consisting of a collection of details respecting foreign trade in China*. Canton: Albion Press.
- Mulholland, J. (1999) E-mail: uses, issues and problems in an institutional setting. En Bargiela-Chiappini y Nickerson (eds.), *Writing business: Genres, media, and discourses* (pp. 57-84). New York: Pearson Education.
- Mumtaz, K.; Mitha, Y. y Tahira, B. (2003) *Pakistan*. Oxford: Oxfam Publications.
- Mumby, D. y Clair, R. (1997) Organizational discourse. En T. A. van Dijk (ed.) *Discourse as social interaction. Discourse Studies. A multidisciplinary introduction vol I* (pp. 181-205). Londres: Sage.
- Munby, J. (1978). *Communicative syllabus design*. Londres: Cambridge University Press.
- Mundy, P. (1608-1667)) *Itinerarium Mundii (The Travels of Peter Mundy in Europe and Asia)*. Cambridge: Hakluyt Society.
- Munter, M. (1998) Meeting technology: from low-tech to high-tech. *Business Communication Quarterly*, 61 (2), 80-88.
- Murray, D. E. (1985) Composition as conversation: The computer terminal as medium of communication. En L.Odell y D. Goswami (eds.) *Writing in Nonacademic Settings*, (pp. 203-27). New York: Guilford.
- Murray, D. E. (1990) CmC. *English Today*, 23, 42-6.
- Nickerson, C. (1999) The use of English in electronic mail in a multinational corporation. En Bargiela-Chiappini y Nickerson (eds.), *Writing business: Genres, media, and discourses* (pp. 35-56). New York: Pearson Education.
- Nickerson, C. (2005) English as a lingua franca in international business contexts. *English for Specific Purposes*, 24, 367-380.
- Niemaier, S. C. Campbell y Dirven, R. (1998) *The cultural context in business communication*. Amsterdam: John Benjamins.

- Noble, C. F. (1762) *A voyage to the East Indies in 1747 and 1748*. Londres: T. Becket & P. A. Dehondt.
- Nunberg, G. (2000) Will the Internet always speak English? *The America Prospect*, 27 Marzo.
- Pakir, A. (2004) Applied linguistics in Asia. Pathways, patterns and predictions. *AILA Review*, 17, 69-76.
- Palmer-Silveira, J. C.; Ruiz-Garrido, M. F.; Fortanet-Gómez, I. (2008) *Intercultural and international business communication*. Bern: Peter Lang
- Partington, A. (2004). Utterly content in each other's company: sematic prosody and semantic preference. *International Journal of Corpus Linguistics*, 9 (1), 131-156.
- Pedreño Muñoz, A. (2007) Globalización y sociedad de la información: Nuevas vertientes de análisis económicos. *Revista Económica Castilla-La Mancha*, 10, 315 – 316
- Pennington, M. (1995) Language diversity in bilingualism: Preliminary speculations on varieties of Hong Kong English. *Language in Education Journal*, 1, 1-19.
- Piqué, J.; Andreu-Besó, J. y Viera, D. (1996) *English in specific settings*. Valencia: Nau Llibres.
- Power, C. (2005) Not the queen's English; non-native English speakers outnumber native ones 3 to 1. And it's changing the way we communicate. *Newsweek* (7 de Marzo), 46.
- Rahman, T. (1990) *Pakistani English: Description of a non-native variety of English*. Islamabad: National Institute of Pakistan studies, Quaid-i-Azam University.
- Rahman, T. (1996) *Language and politics in Pakistan*. Karachi: Oxford University Press.
- Rahman, T. (1997) The medium of instruction controversy in Pakistan. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 18, 145-154.
- Ramonet, I. (1998) *Internet el mundo que llega*. Madrid: Alianza.
- Rampton, M.B.H. (1990). Displacing the native speaker: expertise, affiliation, and inheritance. *ELT Journal*, 44, 97-101.
- Rice, R. y Shook, D. (1990) Relationships of job categories and organizational levels to use of communications channels, including electronic mail: a meta-analysis and extension. *Journal of Management Studies*, 27 (2), 195-229.
- Ridge, S. G. (2000) Mixed motives: Ideological elements in the support for English in South Africa. En Ricento Thomas (eds.), *Ideologies, politics and language policies: Focus on English* (pp. 151-72). Philadelphia: John Benjamins.
- Rivers, D. J. (2008) English as an international business language (EIBL): The need for and increase in theoretical and practical research focusing on written business communication



- across cultural boundaries in relation to multinational corporate language selection. *Asian ESP Journal*, 4, 6-22.
- Ross, H. A. (1993) *China learns English: Language teaching and social change in the People's Republic*. Londres: Yale University Press.
- Sagal, A. y Agnihotri, R. K. (1988) Indian English phonology: A sociolinguistic perspective. *English World – Wide*, 9 (1), 51-64.
- Sailaja, P. (2009) *Indian English*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Seidlhofer, B. (2003). *A concept of international English and related issues: From 'real English' to 'realistic English'?* Strasbourg: Council of Europe.
- Seidlhofer, B. (2004). Research perspectives on teaching English as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, 24, 209-239.
- Seidlhofer, B. (2009) Common ground and different realities: World Englishes and English as a lingua franca. *World Englishes*, 28, 236-245.
- Severinson E. K. (1986) *Dialogue Processes in Computer-Mediated Communication: A Study of Letters in the COM system*. Linköping Studies in Arts and Sciences 6. Linköping, Suecia: University of Linköping.
- Schiffrin, D.; Tannen, D. & Hamilton, H. E. (2003) *The handbook of discourse analysis*. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd.
- Schneider, E. W. (2003) The dynamics of new Englishes: From identity construction to dialect rebirth. *Language*, 79 (2), 233-81.
- Scholte, J. A. (2007) Definiendo la globalización. *Revista económica Castilla-La Mancha*, 10, 17-63.
- Schulze, J. & Terhart, F. (2007) *Religiones del mundo*. Bath: Parragon Books Ltd.
- Scott, M. (2008) *WordSmith Tools version 5*. Liverpool: Lexical Analysis Software.
- Sherblom, J. (1988) Direction, function and signature in electronic mail. *Journal of Business Communication*, 25 (4), 39-54.
- Shi-xu (2007) *Discourse as cultural struggle*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Sillince, J. A., McDonald, S., Lefang, B. y Frost, B. (1998), Email adoption, diffusion, use and impact within small firms: A survey of UK companies. *International Journal of Information Management*, 18 (4), 231-242.
- Sintupong, T. (1997) *Status, needs and problems of Internet usage in export business*. Tesis doctoral no publicada. Bangkok: Chulalongkorn University.

- Sproull, L. y Kiesler, S. (1986) Reducing social contexts cues: electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32 (11), 1492-1512.
- Sproull, L. y Kiesler, S. (1991) *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sridnar, K. (1989) *English in Indian bilingualism*. New Delhi: Manohar.
- Stubbs, M. (1983) *Discourse analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Subramian, S. (1999) Design and verification of secure e-commerce protocols. Tesis Doctoral no publicada. Columbus: Ohio State University.
- Sullivan, M. A. (1998) Video conferencing revolutionizes international carpet trade at domotex show in Hannover, Germany. *Business America*, 119 (6), 13-14.
- Swales, J. M. (1990) *Genre analysis. English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J. M. & Rogers, P. S. (1995) Discourse and the projection of corporate culture: the mission statement. *Discourse and Society*, 6 (2), 223-42.
- Swales, J. M. (2004) *Research genres. Explorations and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tahir, A. (2004) Business English: role and implications in Pakistan. En Sabiha Mansoor, Shaheen Meraj y Aliya Tahir (eds.), *Language policy, planning and practice: A South Asian perspective* (pp. 205-211). Karachi: Oxford University Press.
- Taylor, A. (1989) Hong Kong's English newspapers. *English Today*, 20, 18-24.
- Teubert, W. (2000) A province of a federal superstate, ruled by an unelected bureaucracy: keywords of the eurosceptic discourse in Britain. En A. Mussolf, C. Good, P. Points y R. Wittlinger (eds.), *Attitudes towards Europe: language in the unification process* (pp. 45-86). Aldershot: Ashgate.
- Thurstun, J. y Candlin, C. (1998) Concordancing and the teaching of the vocabulary of academic English. *English for Specific Purposes*, 17, 267-280.
- Timmis, I. (2002). Native-speaker norms and international English: a classroom view. *ELT Journal*, 56 (3), 240-249.
- Tongnini-Bonelli, E. (2001) *Corpus linguistics at work*. Amsterdam: John Benjamins.
- Tongue, R. y Waters, D. (1978) English, HK-style. South China Morning Post. 29 Septiembre.
- Trudgill, P. (1988) *Sociolinguistics an introduction to language and society*. London: Penguin Books.

- Trudgill, P. (2003). *A glossary of sociolinguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Tyndale, W. (1525) *New Testament*. Colonia: Peter Quentell.
- Van Dijk, T. A. (1997) *Discourse as a social interaction*. London: Sage Publications Ltd.
- Van Dijk, T. A. (2000) *El discurso como estructura y proceso: introducción multidisciplinaria. Estudios sobre el discurso I*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2008) *Discourse and context. A sociocognitive approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Dijk, T. A. (2009) *Society and discourse. How social contexts influence text and talk*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Nus, M. (1999) Can we count on your bookings of potatoes to Madeira? Corporate context and discourse practices in direct sales letters. En Bargiela-Chiappini y Nickerson (eds.), *Writing business: Genres, media, and discourses* (pp. 181-205). New York: Longman.
- Volkema, R. y Niederman, F. (1996) Planning and managing organizational meetings. *Journal of Business Communication*, 33 (3), 275-96.
- Voros, J. y Schermerhorn (1993) Institutional roles in higher education for business and management in Hungary. *Management Education and Development*, 24 (1), 70-82.
- Waldvogel, J. (2005). *The Role, status and style of workplace email: A study of two New Zealand workplaces*. Tesis doctoral no publicada, New Zealand: School of Linguistics and Applied Language Studies, Victoria University of Wellington.
- Waldvogel, J. (2007) Greetings and closings in workplace Email. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 456-477.
- Walther, J., Anderson, J. y Park, D. (1994) Interpersonal effects in computer-mediated interaction: a meta-analysis of social and antisocial communication. *Communication Research*, 21 (4), 460-87.
- Wang, M y Aaltonen, S. (2005) Sino-Finish e-mail project: a teaching tool for tertiary business communication course. *The Asian ESP Journal*, 6 (3).
- Warwick, B. (1992) *Business correspondence by fax: An investigation into frequency of use, discourse structure and linguistic features*. Tesis doctoral no publicada, University of Aston, UK.
- Weir, A. (2001) *Henry VIII the King and his court*. New York: Ballantine Books.
- Wetherell, M., Taylor, S. y Yates, S. (2001) *Discourse theory and practice. A reader*. London: Sage Publications Ltd.

- Widdowson, H. G. (1994). The ownership of English. *Tesol Quarterly*, 31, 377–389.
- Wilson, R. and Dissanayake, W. (1996) *Global/local; cultural production and the transnational imaginary*. Durham: NC: Duke University Press.
- Williams, S. W. (1836) Jargon spoken at Canton. *Chinese Repository*, 4, 428-435.
- Williams, S. W. (1837) Hungmaou mae mae tung yung kwei kwa or those words of the devilish language of the red-bristled people commonly used in buying and selling. *Chinese Repository* 6, 276-79.
- Xu, Z. (2005) Chinese English. What is it and is it to become a regional variety of English? Tesis doctoral no publicada. Perth, Australia: Curtin University of Technology.
- Yadurajan, K. S. (2001) *Current English: A guide for the user of English in India*. New Delhi: Oxford University Press.
- Yates, J. y Orlikowski, W. (1992) Genres of organizational communications: A structural approach to studying communications and media. *Academy of Management Review*, 17 (2), 299-326.
- Yates, S. J. (1996) Oral and written linguistic aspects of computer conferencing. En S. Herring (eds.), *Computer mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives* (pp. 29-46). Amsterdam: John Benjamins.
- Yates, S. J. (1996) English in cyberspace. En S. Goodman y D. Graddol (eds.), *Redesigning English: new texts, new identities* (pp. 106-133). London: Routledge.
- Yli-Jokipii, H. (1994) *Requests in professional discourse: A cross-cultural study of British, American and Finnish business writing*. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.
- Yow, S. (2001) Guandong to trial English as medium. *South China Morning Post*. 2 de Octubre.
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática*. Barcelona: Ariel.
- Zhang, H. (2002) Bilingual creativity in Chinese English: Ha Jin's 'In the Pond'. *World Englishes*, 21 (2), 305-315.
- Zhang, M. (2008) Cultural identity in China English as a variety of English. *Asian Social Science*, 4 (9), 99-102.
- Zhao, Y. y Campbell, K. (1995) English in China. *World Englishes*, 14 (3), 377-390.
- Zhu, Y. (2000) Rhetorical moves in Chinese sales genres, 1949 to Present. *The Journal of Business Communication*, 37, 156-172.

## **11. ANEXO 1**



## **ANEXO 1. CORPUS UTILIZADO**

### Corpus en CD

1. E-mails del grupo de India
2. E-mails del grupo de Pakistán
3. E-mails del grupo de China
4. E-mails del grupo de Hong Kong
5. Informes de India
6. Informes de Hong Kong





## RESUM

Totes les llengües estan en constant evolució però la globalització de la llengua anglesa és un fet sense precedents en la història de l'evolució de les llengües. L'abast de la llengua anglesa ha arribat a tots els àmbits de la societat actual. L'anglès és sens dubte la llengua global que és utilitzada diàriament per milions de persones en contextos diferents com ara el científic, l'acadèmic, el tecnològic, el dels negocis, el de la comunicació, el de l'entreteniment, el context dels estudiants internacionals, etc. El nombre dels denominats parlants nadius disminueix de forma progressiva en comparació amb el nombre dels denominats parlants no nadius. L'existència d'altres varietats de l'anglès és un fet constatat pels innumerables estudis duts a terme sobre les varietats del sud-est d'Àsia, les varietats d'Àfrica, la varietat europea de l'anglès, etc. La convivència entre llengües en contextos multiculturals ha generat varietats amb les seues característiques pròpies. Les dites varietats difereixen lingüísticament i socioculturalment unes d'altres, cada varietat reflecteix la cultura dels seus parlants. Les variacions que els parlants no nadius produeixen en el discurs tant oral com escrit són objecte d'estudi també. Els dos fets units fan que la situació de la llengua anglesa en l'actualitat siga especialment excepcional.

Els nous gèneres de comunicació escrita com ara el correu electrònic serveixen de vehicle per a la propagació de la llengua anglesa, especialment en l'àmbit empresarial i del comerç internacional, la llengua anglesa és la llengua del comerç per excel·lència. El context virtual ofereix als participants una oportunitat per a experimentar en l'ús del llenguatge variant les convencions lingüístiques tradicionals afavorint la velocitat i la conveniència en la comunicació sobre la correcció en l'ús del llenguatge, fet que es demostra amb la flexibilitat en l'ortografia i la gramàtica, l'ús d'abreviacions i acrònims, etc.

La present tesi doctoral realitza un estudi contrastiu en profunditat de les variacions lingüístiques i culturals produïdes per parlants no nadius del sud-est d'Àsia en la comunicació digital en l'àmbit empresarial. L'anàlisi s'ha dividit en quatre nivells: gramatical, lèxic, textual i d'objectius comunicatius. L'objectiu principal de l'estudi és detectar les variacions lingüístiques i culturals en l'anglès dels negocis utilitzat com a llengua franca en el context empresarial per parlants no nadius. Esbrinar i determinar les causes que produeixen les dites variacions i com repercuteixen en la comunicació internacional és també el nostre propòsit.

## RESUMEN

Todas las lenguas están en constante evolución pero la globalización de la lengua inglesa es un hecho sin precedentes en la historia de la evolución de las lenguas. El alcance de la lengua inglesa ha llegado a todos los ámbitos de la sociedad actual. El inglés es sin duda la lengua global que es utilizada a diario por millones de personas en contextos diferentes como el científico, el académico, el tecnológico, el de los negocios, el de la comunicación, el del entretenimiento, el contexto de los estudiantes internacionales, etc. El número de los denominados hablantes nativos disminuye de forma progresiva en comparación con el número de los denominados hablantes no nativos. La existencia de otras variedades del inglés es un hecho constatado por los innumerables estudios llevados a cabo sobre las variedades del sur y este de Asia, las variedades de África, la variedad europea del inglés, etc. La convivencia entre lenguas en contextos multiculturales ha generado variedades con sus características propias. Dichas variedades difieren lingüísticamente y socio-culturalmente unas de otras, cada variedad refleja la cultura de sus hablantes. Las variaciones que los hablantes no nativos producen en el discurso tanto oral como escrito son objeto de estudio también. Los dos hechos unidos hacen que la situación de la lengua inglesa en la actualidad sea especialmente excepcional.

Los nuevos géneros de comunicación escrita como el e-mail sirven de vehículo para la propagación de la lengua inglesa, especialmente en el ámbito empresarial y del comercio internacional, la lengua inglesa es la lengua del comercio por excelencia. El contexto virtual ofrece a los participantes una oportunidad para experimentar en el uso del lenguaje variando las convenciones lingüísticas tradicionales favoreciendo la velocidad y conveniencia en la comunicación sobre la corrección en el uso del lenguaje, hecho que se demuestra con la flexibilidad en la ortografía y la gramática, el uso de abreviaciones y acrónimos, etc.

La presente tesis doctoral realiza un estudio contrastivo en profundidad de las variaciones lingüísticas y culturales producidas por hablantes no nativos del sur y este de Asia en la comunicación digital en el ámbito empresarial. El análisis se ha dividido en cuatro niveles: gramatical, léxico, textual y de objetivos comunicativos. El objetivo principal del estudio es detectar las variaciones lingüísticas y culturales en el inglés de los negocios utilizado como lengua franca en el contexto empresarial por hablantes no nativos. Averiguar y determinar las causas que producen dichas variaciones y cómo repercuten en la comunicación internacional es también nuestro propósito.

## ABSTRACT

All languages are constantly developing and changing but the globalisation of the English language is an unprecedented fact in the history of languages' evolution. The widespread of the English language has reached all society contexts. There is no doubt that English is the global language used by millions of people in very different contexts such as the academic, the scientific, the technological, the business, the mass media, the entertainment, the international students' context, etc. The number of non-native speakers of English already outnumber the native speakers. The existence of other varieties of English is a verified fact by the numerous studies carried out about the varieties of the English language in South East Asia, in Africa, in Europe, etc. These different varieties have flourished along the years due to the coexistence of English and the local languages in multicultural contexts. These varieties show different linguistic and socio-cultural features which reflect their speakers' cultural background. The oral and written variations that non-native speakers produce are subject of analysis as well. Consequently these two facts together cause the present situation of the English language to be exceptional.

The new digital written genres like the e-mail are a tool to spread the English globally, especially in the global business and trade world. The virtual context offers to its participants the opportunity to experiment in the language use changing the traditional linguistic conventions, writing in a more immediate and faster way, using a more direct style, and giving priority to the instant communication over the grammatical correctness. Therefore there is more spelling and grammar flexibility.

The present thesis carries out in depth a contrastive study about the linguistic and cultural variations produced by non-native speakers from the South and East of Asia in their computer mediated communication within the business context. The analysis has been divided in four levels: grammatical, lexical, textual and level of communicative purposes. The main objective is to detect the linguistic and cultural variations in the business English used as a lingua franca by non-native speakers in the trade and commerce context. Further objectives are to find out and determine the causes of these variations and how they affect the international communication.

