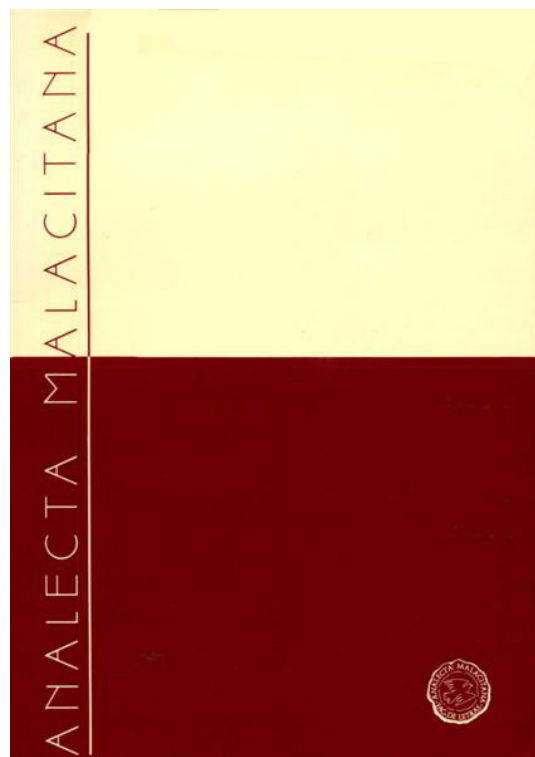


GARCÍA MUÑOZ, ESTRELLA  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

*TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DEL ESPAÑOL PARA FINES ESPECÍFICOS*



ROBLES ÁVILA, SARA Y SÁNCHEZ LOBATO, JESÚS (COORDS.)  
*TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE  
DEL ESPAÑOL PARA FINES ESPECÍFICOS*

ANALECTA MALACITANA, ANEJO 84  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, AnMal, 2012

ISBN: 978-84-95073-70-9

244 págs.

24 euros

Este monográfico corresponde al anejo 84 de la revista universitaria *Analecta Malacitana* y cuenta con la colaboración de numerosos expertos y profesionales de la enseñanza de lenguas de varias universidades españolas: Sara Robles (Universidad de Málaga), Blanca Aguirre, Jesús Sánchez, Isabel Santos y Ángel Cervera (Universidad Complutense de Madrid), María Victoria Romero (Universidad de Navarra), Fernando Vilches y Raquel Pinilla (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid). La obra, publicada en 2012, recoge en 244 páginas una serie de trabajos sobre la enseñanza del español para fines específicos, exponiendo, como bien encabeza el título del anejo, las características teóricas de esos lenguajes y ofreciendo propuestas didácticas creativas para desarrollar en clase.

Como bien ya sabemos, las lenguas presentan variaciones en todos los niveles, las llamadas variedades diatópicas, diastráticas y diafásicas. ¿Dónde podemos situar los lenguajes para fines específicos? Los hablantes que emplean este tipo de lenguajes son profesionales con un determinado nivel de instrucción, cuya lengua se ve determinada por factores lingüísticos, sociales y situacionales muy específicos, por tanto, estamos ante unas variedades diastráticas, o como dice Jacinto Martín (Martín *et alii*, 1993: XIV), unas variedades socioculturales que habían interesado menos que las diatópicas.

Sin embargo, la enseñanza de estas cobra gran interés a partir de los años ochenta del siglo XX debido, principalmente, a la consolidación del español como lengua de comunicación internacional y la gran demanda que genera en sectores laborales específicos (pág. 9). La presente obra se adscribe en el enfoque de la enseñanza y aprendizaje de lenguas con fines específicos, y más concretamente, la situación de la lengua española en dichos contextos. Los objetivos

principales se recogen en la breve presentación realizada por los coordinadores (pág. 10):

[...] describir las características generales y rasgos específicos de las lenguas de especialidad y, asimismo, exponer el enfoque de la enseñanza de español con fines específicos (EFE), con el fin de proporcionar los fundamentos teóricos y prácticos y la formación lingüístico-pragmática que permitan el desarrollo profesional y la formación de profesores especializados en la enseñanza del español para la comunicación en ámbitos académicos y profesionales.

El libro se organiza en siete capítulos, siendo el primero («La enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos: marco general», por Blanca Aguirre, Jesús Sánchez e Isabel Santos) el que se centra en cuestiones como la definición terminológica y conceptual del español para fines específicos (EFE) y el marco epistemológico de la disciplina.

¿Lenguas especiales, lenguaje científico, discurso científico-técnico, lenguajes especializados, lengua de especialidad, lenguas para propósitos o fines específicos, lenguas académicas y profesionales? La variedad de designaciones, no solo propia del español, sino también de otras lenguas, se debe a las distintas concepciones teóricas que manejan, ya sea entre la distinción de lengua y lenguaje, como también los límites que separan la lengua común de la especializada (pág. 22).

Algunos teóricos, como Pierre Lerat (1997: 17), postulan que la lengua especializada se caracteriza ante todo por un carácter pragmático de la lengua natural, cuyo objetivo principal es transmitir conocimiento especializado. En la misma línea sigue Jacinto Martín (Martín *et alii*, 1993: XV), pues «todos los lenguajes especiales [...] hacen uso del mismo sistema gramatical de la lengua general, pero se caracterizan por peculiares rasgos fonéticos [...], léxico-

semánticos, morfosintácticos y de estilo». Por el contrario, las líneas opuestas más radicales defienden que estas lenguas son códigos totalmente diferenciados de la lengua general y, aunque el debate probablemente siga abierto unas décadas más, los estudiosos van a llegar a un acuerdo: «se trata de productos lingüísticos sobre temas relacionados con el saber descriptivo o procedimental, sobre parcelas específicas del conocimiento» (pág. 23). Lo que está claro es que estos lenguajes conllevan unas características propias, con necesidades comunicativas muy definidas y, como dice Alcaraz (en Alcaraz, Mateo y Yus, 2007: 7), se han convertido en complejos códigos lingüísticos, dejando de ser «simples ‘tecnicismos’».

La apuesta de nuestra obra ante todas estas cuestiones se ve reflejada en las siguientes líneas de este primer capítulo de contextualización (pág. 24).

[...] adoptaremos el término de *lenguas de especialidad* para denominar el conjunto de recursos específicos [...], esto es, los rasgos de carácter estructural (morfosintácticos), la terminología propia de cada campo de conocimiento [...], y determinados recursos de la lengua general [...]; y utilizaremos el término de *lenguas con fines específicos*, en el ámbito de enseñanza-aprendizaje de lenguas, para hacer referencia a los recursos lingüísticos y no lingüísticos que es necesario enseñar para que los aprendientes se comuniquen efectiva y eficazmente en situaciones académicas o profesionales concretas.

Volviendo a la enseñanza del español para extranjeros, verdadero tema central del trabajo, se va a proponer una pluralidad de enfoques y procedimientos para que el profesor opte por el más acorde para el curso con fines específicos, siempre teniendo en cuenta los intereses y características de los alumnos que, profesionales o estudiantes del sector, necesitan unas competencias lingüísticas muy concretas para desarrollar su labor en español de manera adecuada. Aquellos que aportan escenarios didácticos, parecidos a las situaciones reales a las que se enfrentarán los

alumnos, son las simulaciones, proyectos finales, el enfoque por tareas, presentaciones orales, estudios de casos, etc.; de modo que la comunicación y la actuación son el eje promotor en el aula (págs. 32-36).

Tras esta aportación teórica, comienza una gran sección de capítulos dedicados a distintas lenguas con fines específicos: estas son, por orden de aparición, la lengua de los medios de comunicación, de los negocios, de la publicidad, de la administración, del turismo y del ámbito jurídico. Todos ellos, como decíamos anteriormente, se caracterizan por una estructura bien sencilla: unos fundamentos teóricos y una propuesta didáctica para el aula.

Así pues, el segundo capítulo, «Medios de comunicación y Español con fines específicos» (por María Victoria Romero), nos ofrece un recorrido por el español que se emplea en el periodismo y la radiodifusión. Desde su inicio incita a la lectura con preguntas tales como qué consideramos español en los medios de comunicación; ¿es una lengua de especialidad? La autora (pág. 41) insiste en la heterogeneidad de este tipo de español:

Las lenguas de especialidad muestran como parcela relevante el léxico y por tanto su relación estrecha con el ámbito de las terminologías, eso no se da en el del periodismo que acoge áreas muy variadas desde la relacionada con la salud hasta la deportiva o la de la gastronomía, todas ellas con presencia de un vocabulario propio [...].

De este modo, se opta por considerar el español de los medios de comunicación como un *lenguaje sectorial* donde lo lingüístico y lo cultural van cogidos de la mano. Asimismo, se exponen rasgos propios de este lenguaje, como por ejemplo, determinadas construcciones verbales, *sustantivo + a + infinitivo*, propia del francés; o la incesante creación de neologismos.

María Victoria Romero propone una programación, en las páginas 65-72, dirigida a estudiantes con diferentes niveles (B1, C1, C2), para un curso de seis semanas (cuatro horas presenciales por día). Cada nivel expone una serie de actividades junto a sus soluciones donde se trabajan tanto los textos periodísticos como la radio, de manera que, como concluye la autora, «[...] si sirven a los que se ejercitan en su lengua materna, de modo parecido pueden ser provechosos para los que la aprenden como extranjera» (pág. 72).

El capítulo dedicado a «El español de los negocios» (por Ángel Cervera) hace hincapié en la lengua como medio para establecer relaciones, tanto profesionales como interculturales, base fundamental en los negocios. Por este motivo, nos dice el catedrático que la enseñanza de una lengua extranjera no ha de ser únicamente de contenidos lingüísticos, sino que también debe contar con los comportamientos no verbales y pragmáticos de la comunidad (pág. 75).

Cuando hablamos del español de los negocios, ¿qué tipo de lenguaje es? Ángel Cervera lo considera sectorial, un lenguaje que «comprende las jergas de profesiones tales como el empresarial, el comercial, el bancario, el bursátil, etc. que se identifican en ese dominio de actividad social» (pág. 76). La razón es similar a la tomada para el lenguaje de los medios de comunicación, pues los negocios presentan una gran variedad de áreas (economía, publicidad, finanzas, etc.).

A través de una serie de tablas se establecen los objetivos que persigue un alumno de distintos niveles en este tipo de enseñanza sectorial. Igualmente, para la propuesta de programación, en páginas 90-115, se emplean tablas que recogen todas las competencias (cognitiva, lingüística, discursiva y sociocultural e

intercultural) para estudiantes de nivel B2, C1 y C2. No obstante, la serie de actividades no deja claro el nivel para el cual está dirigida.

«El español de la publicidad» (por Sara Robles) quizás es uno de los más originales contenidos en el anejo, pues su ámbito de estudio aún es escaso entre los teóricos. Derrocha contenidos teóricos para que el lector que acuda a la obra tenga una base para abordar este lenguaje sectorial, definido por la autora como un lenguaje que «se materializa en todas las realizaciones lingüísticas que, seleccionadas del general de la lengua común, tienen como meta lograr que se cumpla un objetivo comercial: que el potencial comprador adquiera el bien o servicio que se anuncia» (pág. 119). Lo que caracteriza al lenguaje de la publicidad y lo diferencia de otros es precisamente esta finalidad.

¿Qué rasgos son los más significativos? Son muy comunes los *jingles*, eslóganes cantados, imágenes, tipografía variada, enunciados exclamativos e interrogativos, neologismos y extranjerismos, abundancia de adjetivos, primordiales para persuadir, entre otros.

En este capítulo se recuerda, al igual que en la presentación de la obra, que los alumnos ya son expertos en la materia y, por tanto, la función del profesor de ELE es la de enfrentarlos a las situaciones reales y auténticas del sector en español.

La propuesta didáctica, en páginas 137-147, se destina a un público con un nivel mínimo de B2, con un total de 100 horas y ejercicios muy variados. La autora (pág. 147) concluye sobre la práctica de este tipo de lenguaje:

Los anuncios comerciales conforman un banco inagotable de recursos para la enseñanza de la lengua y la cultura, lo que puede dar como resultado [...] que

sea el objeto exclusivo de programas de fines específicos: el español de la publicidad, o que se trate de materiales disponibles, junto con otros de distinta naturaleza, de gran valor didáctico en cursos generalistas de ELE.

El quinto capítulo, «El español de la administración» (por Fernando Vilches), si bien escasea en base teórica, es el que más ejercicios prácticos expone en su propuesta didáctica. Para este estudioso, el lenguaje administrativo es «el que utiliza cualquier administración pública en su relación con los ciudadanos y el que estos emplean en sus tratos con ellas» (pág. 151). Estas administraciones al servicio de la comunidad se corresponden con la Administración General del Estado, la Administración Autonómica y la Administración Local.

Existe una delgada línea entre el lenguaje jurídico y el administrativo, algunos autores incluso los encasillan bajo el mismo epígrafe (Jacinto Marín, 1993). Esto se debe a que la finalidad que persigue este lenguaje es la de «transmitir a los ciudadanos todas aquellas cuestiones de interés o de obligado cumplimiento necesarias para el buen funcionamiento del Estado de Derecho» (pág. 152). Así pues, podría entenderse como una modalidad del jurídico.

Las particularidades más significativas son el empleo de léxico culto, abundantes circunloquios, conservación de formas y estructuras arcaicas, tendencia a la perífrasis, entre otras (Robles y Sánchez, 2012: 154). La propuesta de programación se inserta entre las páginas 156-176, con escasos ejercicios de respuesta libre pero, al contrario que muchos de sus compañeros, presentan respuestas explicativas tras las soluciones.

El siguiente capítulo, «El español del turismo» (por Raquel Pinilla), expone el marco general del lenguaje de este sector, uno de los más fuertes en España. Es notable el debate que existe sobre la

consideración del lenguaje del turismo como lengua para fines específicos; sin embargo, nos dice la autora, hay una opinión más o menos compartida de que se trata de un lenguaje interdisciplinar, nutriéndose de otras ramas del saber (pág. 181). Respecto a los rasgos lingüísticos, debemos decir que «al tratarse de una variedad funcional de la lengua común, el español para el turismo comparte rasgos lingüísticos con ella, la mayoría, y presenta algunos distintivos, especialmente en lo que se refiere al componente léxico» (pág. 185). Es el único capítulo que recoge las particularidades lingüísticas propias del turismo teniendo en cuenta las nociones específicas del *Plan Curricular del Instituto Cervantes* (2006).

Esta sección de la obra insiste en que los cursos de este tipo no están dirigidos para el turista, sino para el profesional que interactúa con él. En Alcaraz (2007) se dice que hay dos tipos de interlocutores en este contexto: los profesionales y los profanos (es decir, los turistas). Así pues, «las situaciones de comunicación se pueden dar, por consiguiente, entre profesionales o entre profesional y profano» (Alcaraz, Mateo y Yus, 2007: 235).

La presentación de la programación, en páginas 188-199, se muestra en su versión más teórica, pues desarrolla todos los aspectos que hay que tener en cuenta a la hora de diseñar cualquier tipo de curso, aunque siempre con la mirada en el tipo de español que se está trabajando: definir el área del español a estudiar (en este caso, el del turismo), objetivos y destinatarios del aprendizaje, necesidades del grupo, orientación metodológica, presentación de los contenidos, elaboración de actividades, etc. Raquel Pinilla da especial atención a las necesidades comunicativas de los hablantes, pues no serán las mismas las de un estudiante que trabaja en una recepción de un hotel que la de un empleado en un restaurante (págs. 190-191).

Por último, el anejo recoge «El español jurídico» (por Fernando Vilches), un tipo de lenguaje que, como nos indica el autor, en ocasiones puede parecer que está envuelto en oscuridad y ambigüedad, pues muchos ciudadanos no logran comprenderlo dada su dificultad (pág. 204).

Este lenguaje se caracteriza por ser claro, preciso y conciso, con la presencia de frecuentes dobles y tripletes para reforzar estos valores, oraciones de carácter formulario o tecnicismos propios procedentes del latín. Fernando Vilches recuerda que el lenguaje administrativo comparte ciertos rasgos con el jurídico, pero que este último «sujeta al ciudadano al dominio de una ley», frente al primero que «regula la dependencia del ciudadano de los órganos del Estado o de la Autonomía correspondiente» (pág.205).

La propuesta didáctica, desarrollada en las páginas 209-222, está enfocada para 50 horas a alumnos que deban manejarse en esta profesión, con un temario muy completo y un conjunto de actividades que presentan la explicación de la solución correspondiente.

En general, y con esto finalizamos estas líneas, se trata de una obra que pretende ampliar la visión del español para fines específicos, saliéndose de aquel más trabajado, el científico-técnico, con propuestas tan originales como el español del turismo, por su gran peso en la economía global, el español del periodismo, tan influyente en la sociedad, o el más desapercibido español de la publicidad. Aunque no todos los capítulos siguen una estructura homogénea, sí es frecuente presentar los rasgos propios de cada lenguaje y una propuesta al final para el aula, con actividades de diversa índole. No olvidemos que los alumnos que acuden a estos cursos son profesionales en sus respectivos ámbitos, por lo que los

cursos pretenden enseñar español en esos contextos, siendo las necesidades del grupo la base para las propuestas de programación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaraz Varó, Enrique; Mateo Martínez, José y Yus Ramos, Francisco (eds.) (2007): *Las lenguas profesionales y académicas*, Barcelona, Ariel.

LERAT, Pierre (1995): *Las lenguas especializadas*, Barcelona, Ariel.

Martín Martín, Jacinto *et alii* (eds.) (1996): *Los lenguajes especiales. (Lenguaje jurídico-administrativo, lenguaje científico-técnico, lenguaje humanístico, lenguaje periodístico y publicitario, lenguaje literario)*, Granada, Comares.

FECHA DE ENVÍO: 6 DE JUNIO DE 2016