

EL ESPAÑOL EN EL MUNDO DE LAS EMPRESAS: ALGUNAS CONSIDERACIONES DIDÁCTICAS

MARIA LLUÏSA SABATER
E. N. S. DES P. T. T. (PARÍS)

1. INTRODUCCIÓN

1.1. INTERÉS CRECIENTE POR EL TEMA

Existe una demanda creciente por la enseñanza del español de los negocios debida, en parte, al ingreso de España en el Mercado Común, que ha provocado la implantación en España de muchas empresas extranjeras y también el aumento de las relaciones entre empresas españolas y compañías de otros países. También se debe a la recuperación económica de algunos países de América Latina como México, Chile y Argentina lo que ha despertado el interés de muchas compañías. Por otra parte, se estudia cada vez más en Escuelas Superiores especializadas en Ciencias Empresariales, Gestión de Empresa o Comercio Exterior cuyos estudiantes desean conocer el español que les permita actuar profesionalmente en sus futuros puestos de trabajo.

1.2. RESUMEN DE LA PONENCIA

Esta demanda obliga a los profesores que quieren dedicarse a este campo y no han sido formados para ello, a formularse una serie de preguntas. Algunas de ellas serían las siguientes:

- ¿Qué es lo que se considera el español para los negocios? ¿Exige una metodología específica radicalmente diferente de la utilizada para la enseñanza del español general?
- ¿Cómo se puede elaborar un programa para dar un curso de estas características?
- ¿Qué materiales didácticos se pueden usar o preparar?
- ¿Cuál es el papel del profesor? ¿Se requiere del mismo que sea un especialista en este área al mismo tiempo?

A lo largo de esta ponencia intentaré dar una respuesta a estas preguntas de una manera eminentemente pragmática y basada en la experiencia.

2. EL CONCEPTO “ANÁLISIS DE NECESIDADES”

2.1. DEFINICIÓN DEL ESPAÑOL DEL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

2.1.1. Definición por registro de formalidad y vocabulario específico

El español del mundo de los negocios forma parte de la variedad llamada “español para fines específicos” y, contrariamente a lo que se puede pensar a primera vista, no es una lengua totalmente diferente y aparte de la lengua común. Los estudios realizados sobre el inglés demostraron que no existe una relación directa entre formas gramaticales determinadas y el lenguaje especializado.

Hay dos aspectos que lo tipifican por lo que se refiere a la descripción del lenguaje. Por una parte, posee un mayor grado de formalidad y por otra, integra un vocabulario específico. Este último rasgo, quizás el más espectacular, es el que se ha tenido más en cuenta hasta hace poco tiempo en la enseñanza de esta variedad de la lengua.

Sin embargo, está demostrado que en la gran mayoría de los casos, el hecho de que un profesional del mundo de la empresa tenga un nivel de lengua medio, o incluso avanzado y que, además, domine el vocabulario de su ámbito, no quiere decir, ni mucho menos, que pueda ser competente en el uso del español como lengua extranjera para su profesión. Dicho de otro modo, tiene que haber otro factor, otro componente, que permita definirlo con más precisión y con más eficacia.

2.1.2. Definición por análisis de necesidades

Si los dos rasgos que aparentemente tipifican esta variedad de lengua no son

suficientes para caracterizarlo en su totalidad, habrá que encontrar otro factor que sea realmente decisivo. En realidad, lo que caracteriza es la especificidad de su uso. La definición del español para los negocios viene determinada por la utilización específica que el que la aprende tendrá que hacer de él, y la naturaleza de este uso la conoceremos mediante el análisis de necesidades que tendremos que realizar previamente antes de empezar un curso si queremos que nuestra enseñanza sea efectiva.

2.2. REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE NECESIDADES

2.2.1. Necesidad del análisis de necesidades

Si se toma como prioridad la enseñanza del uso de lenguaje como instrumento profesional, se destacan dos consecuencias inmediatas:

1. Según este enfoque, se considera que el curso se dirige a profesionales y que el objetivo no estriba en enseñarles su profesión ni tampoco los conocimientos teóricos que constituyen la base de ésta. Lo que necesita este profesional es que se le proporcionen los instrumentos lingüísticos adecuados para poder desenvolverse correctamente en su ámbito laboral en español.
2. La tarea previa a todo curso de este tipo consiste en determinar lo más exactamente posible cuáles son los componentes derivados del uso de la lengua para fines profesionales. Para conocer cuáles son las necesidades lingüísticas de los profesionales participantes en el curso es necesario pasar por una etapa esencial: EL ANÁLISIS DE NECESIDADES. Este permitirá establecer el grupo meta y, por consiguiente, determinar el programa y los materiales didácticos adecuados en función de lo que el estudiante necesita SABER HACER.

2.2.2. Definición del grupo meta mediante la realización del análisis de necesidades

No me voy a detener excesivamente en la forma de realizar este análisis. Se utilizan técnicas muy precisas y desarrolladas para realizarlo en inglés (Mackay 1978, Munby 1978, Cohen y Mannion 1980, Richterich y Chancerel 1980), sin embargo, en la mayoría de los casos no es posible para el profesor llevarlas a cabo debido a su extensión y complejidad.

De todos modos, es posible realizarlo de una manera bastante fiable mediante un simple cuestionario teniendo en cuenta que, para elaborarlo, hay que tener in mente cinco preguntas básicas, tal como proponen Tom Hutchinson y Alan Waters en su libro "English for specific purposes" (CUP 1987) y que se puede aplicar a todas las ramas de la enseñanza de una lengua para fines específicos:

- ¿PARA QUÉ se necesita el idioma?
- ¿CÓMO se usará?
- ¿QUÉ contenido tiene y QUÉ áreas abarca?
- ¿CON QUIÉN se utilizará?
- ¿DÓNDE se utilizará?
- ¿CUÁNDO se usará?

Quizás la más importante de estas preguntas es la primera puesto que va a determinar aspectos muy importantes de programación y didáctica.

Cuando se hace el análisis de necesidades y se pregunta al alumno PARA QUÉ va a necesitar la lengua, el papel del diseñador del curso consiste en producir un listado de funciones en un cuestionario para delimitar exactamente lo que el alumno probablemente no es capaz de determinar por sí mismo. A partir de aquí se encuentran una serie de exponentes y situaciones de comunicación, teniendo en cuenta las cuatro habilidades de lectura, escritura, comprensión y expresión oral. El análisis de necesidades permite saber si hay que cubrirlas todas o no.

Por otra parte, los exponentes gramaticales, a partir del listado de funciones, se seleccionan en función de los actos de comunicación con los que tendrá que enfrentarse el alumno y la gramática que el profesor enseñará en clase será de tipo comunicativo ya que se podrá explicar al alumno que, cuando hace un tipo de frase determinado, ésta tiene un valor comunicativo determinado. La gramática, pues, partiendo de necesidades comunicativas, no puede ser normativa ni estar descontextualizada.

Para determinar las necesidades lingüísticas del estudiante, Susan Yates propone un cuestionario muy simple, pero que, juntamente con un test de lengua, le permite obtener información útil para decidir qué materiales y qué estrategia hay que utilizar con los estudiantes durante el curso.

Adaptación del original de Susan Yates
English for specific purposes / Susan Holden (MEP 1977)

1. PERSONAL

- **EDAD:** Una persona de 25 años no aprende con la misma rapidez que una de 55 y a menudo responden de una manera diferente a complementos de enseñanza, como por ejemplo el laboratorio.
- **LENGUA MATERNA:** Permite anticipar ciertos tipos de errores y áreas de interferencia.
- **OTROS IDIOMAS HABLADOS:** A menudo indica facilidad o no para el aprendizaje de lenguas.
- **ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL IDIOMA META / FECHAS:** Sirve para distinguir entre la persona que hace 20 años que aprendió y la que siguió un curso intensivo hace un año.

2. SITUACIÓN LABORAL

- **PUESTO QUE OCUPA:** No se forma de la misma manera, de un modo efectivo, a un ejecutivo que a un agente comercial.
- **DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:** Ayuda a completar la información en 3 y proporciona una muestra de su producción escrita.

3. PARA QUÉ NECESITA EL IDIOMA

- **ACTIVIDADES Y GRADO DE IMPORTANCIA:** Se da una lista de actividades que es susceptible de realizar, uso del teléfono, correspondencia, recepción de visitantes... y el estudiante indica si son esenciales, útiles o no las efectúa nunca.
- **FRECUENCIA DE USO DEL IDIOMA:** Comprensión oral, leído, escrito, hablado. Cada día, cada semana, con menos frecuencia. Es un buen indicador de la fluidez del lenguaje y de la motivación. La persona que lo utiliza cada día quizá comete muchas incorrecciones, pero "comunica".
- **VALORACIÓN DE SU PROPIA HABILIDAD LINGÜÍSTICA:** De nuevo subdividido según las habilidades: bien, bastante bien, correcto, mal. Indica el nivel de seguridad en sí mismo.

2.2.3. Grupos meta tipo

En general se destacan tres tipos de grupos que necesitarán el español de los negocios con objetivos ligeramente diferentes.

GRUPO 1. Es el que está compuesto por profesionales en activo que pueden ocupar distintos cargos, tanto en empresas extranjeras implantadas en España como en firmas localizadas en países extranjeros y que tienen relaciones frecuentes con compañías situadas en países hispanófonos. La determinación de sus necesidades lingüísticas es relativamente fácil y fiable.

Admitiendo que toda persona que quiere aprender una lengua especializada debe poseer ya un conocimiento medio-avanzado de la misma, se constata que el perfil tipo de estas personas, en general, presenta desequilibrios en el dominio de las cuatro habilidades de lectura, escritura y comprensión y expresión oral. Esto es debido, fundamentalmente, al sistema en el que se han formado que les ha capacitado para leer y escribir pero no para participar en una reunión de trabajo de una manera activa y eficaz.

GRUPO 2. Lo constituyen estudiantes de escuelas superiores especializadas en Ciencias Empresariales, Gestión de Empresa o Comercio Internacional, por ejemplo. Es más difícil obtener un análisis fiable de sus necesidades lingüísticas, pero se pueden anticipar basándose en las de los profesionales. En este caso habrá que utilizar un material de amplio alcance que abarque las áreas más importantes del mundo de los negocios.

GRUPO 3. Está formado por los candidatos a la obtención de un certificado o diploma oficial y el objetivo es el de cubrir los contenidos del examen. Caben dos alternativas:

En la primera, el contenido del certificado corresponde a la realidad de la lengua como instrumento para uso profesional. En este caso los materiales didácticos serán los mismos que para el primero y el segundo grupo.

En la segunda, lo que se exige del estudiante es, fundamentalmente, conocer vocabulario especializado y saber traducir cartas y frases de su lengua materna al español. Es un enfoque que tiene muy poco que ver con el uso real de la lengua en un ámbito profesional. En este supuesto, el profesor tendrá poca dificultad en encontrar manuales adecuados para la finalidad de este tipo de examen, puesto que son los que más abundan en el mercado.

Sin embargo, los contenidos de los certificados oficiales evolucionan cada vez más en el sentido de reflejar el uso profesional de la lengua y los exámenes que están en fase de preparación exigirán del candidato una formación mucho menos tradicional y adaptada a la realidad del mundo de la empresa.

3. TIPOS DE NECESIDADES A TENER EN CUENTA EN CURSO DE ESPAÑOL DE MUNDO DE LOS NEGOCIOS

Basándome en mi experiencia las clasificaría en cuatro grandes apartados que hay que tener en cuenta al abordar la enseñanza del español del mundo de los negocios.

3.1. MEJORAR EL NIVEL DE COMPETENCIA LINGÜÍSTICA EN TÉRMINOS GENERALES

He dicho anteriormente que el español del mundo de los negocios, al igual que todas las variedades de lenguas para fines específicos, tiene, ante todo, un cuerpo de lengua general que de ninguna manera se puede negligir en la enseñanza. Así pues, en un curso de este tipo habrá que consolidar puntos débiles o aspectos de la lengua general que siempre provocan problemas, pero en todo momento se tienen que enfocar las actividades encaminadas a conseguir este objetivo desde el punto de vista del uso profesional de la lengua.

3.2. DOMINIO DE ÁREAS LÉXICAS ESPECIALIZADAS

Es innegable que es necesario tratar áreas léxicas correspondientes al ámbito que se está trabajando. Sin embargo, creo que el vocabulario es un aspecto más de este tipo de enseñanza y que los materiales didácticos que se usen nunca tienen que basarse exclusivamente en él. Según mi experiencia, un experto en un campo determinado conoce ya un vocabulario sobre el mismo, o bien le es muy fácil adquirirlo si el profesor sabe seleccionar documentos, tanto escritos como audio o video, que estén bien contextualizados y que puedan cubrir adecuadamente el léxico fundamental del dominio que se está estudiando.

Lo que sí hay que tener en cuenta es enseñar al alumno a utilizar este vocabulario de una manera activa dentro de un discurso y no con listados de vocabulario totalmente descontextualizados.

3.3. DOMINIO DE HABILIDADES LINGÜÍSTICAS RELACIONADAS CON EL USO PROFESIONAL DE LA LENGUA

Quisiera hacer una aclaración sobre el significado que atribuyo a la palabra habilidades en este apartado. No me refiero a las cuatro destrezas de lectura, escritura, comprensión y expresión oral sino que se trata de habilidades integradas que todo profesional tiene que utilizar en sus actividades laborales y que, en el caso del mundo de los negocios se pueden inventariar de una manera fiable.

Es uno de los aspectos que la enseñanza, a la que podríamos llamar “tradicional”, ha negligido más, pero es un área que va adquiriendo mayor importancia y que recibe cada vez mayor atención por parte de los creadores de materiales didácticos.

Unos ejemplos de este tipo de habilidades son los siguientes:

En comunicación escrita

- Conocer cuál es la disposición de una carta comercial y las frases y expresiones tipo más utilizadas. Según el puesto que el profesional ocupe en la empresa deberá saber, o no, redactar todo tipo de cartas comerciales.
- La redacción de notas internas para establecer comunicación hacia o entre distintos departamentos de una empresa.
- También es muy posible que tenga que escribir informes de mayor o menor extensión.
- Es muy probable que le sea necesario saber cómo se redacta una convocatoria a una reunión así como el orden del día.
- Tendrá que saber redactar y presentar correctamente un Historial Profesional y una carta de solicitud de trabajo.

Comunicaciones escritas que implican el pasaje de la lengua oral a la lengua escrita

Hay toda una serie de escritos que tienen una habilidad como punto de partida: saber escribir comunicaciones que implican el pasaje de la lengua oral a la lengua escrita. Voy a poner ejemplos graduándolos en dificultad creciente.

- Redactar una nota a partir de un mensaje telefónico.
- Escribir una nota interna dando cuenta de una conversación telefónica.
- Hacer una síntesis del contenido de una conferencia, de la presentación de un producto o servicio.
- Dar cuenta por escrito de lo que se dijo en una reunión o en un seminario o incluso en un cursillo.

Interpretación de gráficos

- Otra destreza que debe saber dominar una persona del mundo de los negocios es la de saber interpretar, tanto oralmente como por escrito, gráficos, cuadros, pictogramas o la cuenta de resultados de una empresa.

Lectura

- En lo que se refiere a la lectura, hay que tener en cuenta que es más que posible que tenga que saber leer rápidamente y con eficacia la prensa especializada en su dominio, así como todo tipo de documentos de trabajo según su puesto en la empresa, pero, como muestra, puede ir de algo tan simple como la lectura de anuncios publicitarios o de trabajo, hasta la lectura de la memoria anual de la empresa pasando por la correcta interpretación de instrucciones de uso.

Lenguaje oral

En cuanto al lenguaje oral, las situaciones de la vida profesional que exigen su dominio son múltiples.

■ LAS COMUNICACIONES TELEFÓNICAS: implican dos tipos de destrezas. Unas que calificaría de codificación del lenguaje y otras de dominio de funciones lingüísticas.

Entre las primeras hay que dominar tanto el deletreo como la expresión y comprensión de cifras y fechas, así como toda una serie de frases hechas que constituyen un código común para los habitantes de un país pero que pueden desorientar a un extranjero e impedirle la comprensión.

Las destrezas del segundo tipo, las que llamo funcionales, son las que implican el dominio de las funciones que son utilizadas más corrientemente en el mundo de la empresa. Las más usuales son:

■ Dar información, pedir información/pedir un servicio, confirmar algo, quejarse, justificarse, ponerse de acuerdo para hacer algo, persuadir/convencer, incitar a alguien para que haga algo.

■ Otro tipo de habilidad que puede tener que dominar un profesional es la de RECEPCIÓN DE VISITANTES y su misión puede consistir en recibir ya sea a clientes ya sea a miembros de otras compañías o bien acoger a alguien en un congreso o un seminario organizado por la compañía. También puede encontrarse en el caso de tener que hacer visitar la empresa a alguien y para ello tendrá que explicar tanto la ubicación de departamentos y plantas de manufactura hasta el funcionamiento de una máquina o un sistema o un proceso de fabricación.

■ LAS REUNIONES DE TRABAJO son las situaciones a las que más frecuentemente se tienen que enfrentar los profesionales y, como decía antes pueden presentar una dificultad real.

Los papeles que pueden tener que asumir son dos:

1. Director / animador: por una parte tendrá que realizar las mismas funciones que un participante, pero por otra desempeñará funciones específicas que son las siguientes:

- Abrir la sesión, dar la palabra, cerrar la sesión.

2. Participante: en este caso es necesario que posea los elementos lingüísticos que le permitan organizar su discurso a distintos niveles. Es decir, tiene que saber:

- Exponer algo, pedir una aclaración, reformular algo que no se entendió, hacer un inciso, argumentar, proponer, sugerir, expresar la duda, poner objeciones,

contradecir, expresar acuerdo, expresar extrañeza.

■ Hay otras dos situaciones de la vida profesional que un hombre o mujer de negocios tiene que saber dominar lingüísticamente:

- LAS ENTREVISTAS PROFESIONALES.
- LAS ALOCUCIONES EN PÚBLICO.

Tanto en el primero como en el segundo caso no es la técnica lo que hay que enseñar sino que hay que diseñar actividades de simulación y de juegos de roles que permitan al estudiante darse cuenta de cuáles son los elementos lingüísticos que le permiten llevar a cabo estas intervenciones en español.

Si me he extendido tanto en el aspecto de las destrezas es para demostrar que el simple tratamiento de áreas léxicas especializadas no es suficiente para enseñar el español del mundo de los negocios.

En efecto, si se quiere preparar a alguien para que pueda operar en español en su mundo profesional hay que tener en cuenta las habilidades antes mencionadas en el diseño del curso para que pueda hacerlo correctamente.

INTEGRACIÓN DE ASPECTOS DE CULTURA, SOCIEDAD, HISTORIA Y POLÍTICA

Un profesional que se considere como tal, y esto es más que evidente en el mundo del marketing, tiene que tener en cuenta las realidades culturales de su interlocutor y, de alguna manera, todos estos elementos hay que reflejarlos en un curso de español para los negocios a partir de actividades que los combinen con aspectos lingüísticos.

4. PROGRAMA – METODOLOGÍA – MATERIALES DIDÁCTICOS

4.1. EL PROGRAMA: ESTABLECIMIENTO EN FUNCIÓN DE LOS CUATRO ELEMENTOS DEL APARTADO 3

Con lo anteriormente dicho en el punto anterior, sabemos que hay ya cuatro parámetros que tenemos que tener en cuenta para establecer un programa en función de las necesidades lingüísticas de los estudiantes: cuestiones de lengua, vocabulario especializado, habilidades y destrezas del ámbito profesional del mundo de los negocios y aspectos culturales, sociológicos, históricos y políticos del país en que el profesional va a operar.

Además de estos cuatro aspectos fundamentales, en el momento de diseñar un programa, hay un quinto factor que actualmente se considera fundamental: el que se denomina factor de aprendizaje. Es decir, que el programa tiene que tener en cuenta

otros aspectos que conciernen al estudiante: su interés, su motivación, el hecho de que se sienta involucrado en el proceso de aprendizaje y el interés y el placer que pueda experimentar aprendiendo.

En el momento de elaborar un programa conviene no olvidar un aspecto que muchas veces se considera trivial y no se incluye en los cursos de español para el mundo de los negocios. No hay que olvidar el hecho de que un hombre o una mujer de negocios en un país de habla hispana tendrá que mantener conversaciones en un registro informal en una recepción después de una reunión de trabajo o que puede ser invitado a cenar en casa de un colega y tendrá que charlar sobre asuntos no necesariamente conectados con su profesión. Es decir, que tendrá que dominar la lengua para utilizar en "sociedad".

Es poco realista pensar que todos los profesores podemos diseñar y elaborar un programa entero y completo cada vez que vamos a empezar un curso. Resulta lógico que busquemos un método o un conjunto de materiales didácticos que puedan resolver una buena parte de nuestras necesidades. Como he dicho antes, deberíamos tener un instrumento de amplio alcance, con una buena gama de posibilidades que nos permita ser sumamente eclécticos y flexibles en la selección de materiales. Una vez hecho el análisis de necesidades de nuestros estudiantes, y definido el grupo meta, tenemos que decidir qué es lo que puede ser útil y adecuado para éste, es decir, hay que adaptar el material existente al alumno usándolo con un criterio de máxima flexibilidad eligiendo, cambiando, suprimiendo actividades y completándolo con otras que pueden faltar.

4.2. METODOLOGÍA

La metodología aplicable a la enseñanza de una lengua con fines específicos no tiene que ser diferente de la que se aplica a la lengua general, puesto que no son dos tipos de lengua distintos y, por lo tanto se utilizan los mismos principios y las mismas técnicas y se dan las mismas estrategias de aprendizaje al estudiante. El profesor que ha dado clase de español general no tiene que pensar que le será necesario aprender una nueva metodología si da clases de español para los negocios.

Tiene que ser una metodología a la que, de una manera general, se llama comunicativa, lo que en realidad quiere decir aprender a utilizar la lengua como medio de comunicación en diferentes situaciones. Ello implica crear, después de una fase de preparación, simulaciones de situaciones reales.

Hay que equilibrar la enseñanza de las cuatro habilidades de lectura, escritura, comprensión y expresión oral en actividades que integren algunas de ellas, a menos que el grupo meta sólo necesite una o dos.

4.3. MUESTRAS DE MATERIALES DIDÁCTICOS

Voy a dar algunas muestras de materiales didácticos que aplican los principios enumerados anteriormente.

MUESTRA 1 (UNIDAD 8: BANCOS Y FINANZAS: véase Apéndice)

MÓDULO 1

1.1. ¿Sabría decir a qué hecho ocurrido en España en 1989 se refiere este titular?
"De los corros al ordenador"

1.2.

a) Rellene los espacios en blanco que hay en estos fragmentos de información bursátil con las palabras de la lista:

CIERRE – ACTIVIDAD NEGOCIADORA – MÁXIMOS – VOLUMEN DE NEGOCIO – ALCISTA – ÍNDICE – A LA BAJA
– TIPOS DE INTERÉS – BURSÁTIL – AL ALZA – CAMBIO – INVERSORES – SUBIDA

Las bolsas de Nueva York y Francfort registraron ayer, en la primera sesión del año, nuevos __1__ históricos. Wall Street terminó la sesión de la noche con una fuerte __2__ de 52,90 puntos, que hizo que el __3__ Dow Jones se situase en un récord de 2.806,10.

En el Reino Unido se registró igualmente un buen tono __4__, en una continuación de la tendencia __5__ de las últimas semanas. Sin embargo, hacia el __6__ de la sesión se registraron algunas realizaciones de beneficio.

La Bolsa de París registro leves presiones vendedoras a causa de los temores de los __7__ respecto a una posible subida de los __8__ en este país.

La tónica de la jornada en el Mercado de Valores de Tokio fue la apatía. El __9__ osciló entre 141,99 y 142,10 yenes. El __10__ fue de 4.004 millones de dólares.

Por su parte la bolsa de Hong Kong cerro con una tendencia __11__.

La sesión de ayer de la Bolsa de Barcelona volvió a caracterizarse por la escasa __12__ registrada. A estas alturas no parece posible recuperar el repunte __13__ de final de año.

MÓDULO 1 (CONTINUACIÓN)

b) Estas pueden ser algunas de las causas de descenso o aumento en el volumen de contratación de la bolsa. ¿Puede añadir otras?

subida / bajada precio del precio del crudo
aceleración de la inflación
subida / bajada de tipos de interés
situación de la peseta
aumento / descenso de la tasa de crecimiento
reajuste de paridades en el SAME
deterioro de los beneficios empresariales

c) Trabaje con su compañero/a. Practiquen expresando la causa de las variaciones en la actividad bursátil. Pueden utilizar este modelo

El	descenso	del volumen de contratación	fue debido a
	ascenso		fue consecuencia de
			se debió a

(Método: *Hablemos de negocios*, M. LL. Sabater, E. Martín, M. Bosch, Alhambra Longman, Madrid, 1992.)

Esta es una propuesta de trabajo sobre el tema de la bolsa.

Las tres actividades están cohesionadas y pretenden dar al alumno el vocabulario básico de la Bolsa y hacerle practicar la expresión de la causalidad en un contexto auténtico.

1.1. En esta actividad se utiliza un elemento auténtico: el título de un artículo que se refería al paso del sistema tradicional de la Bolsa al del mercado continuo en 1989. Este título es suficientemente evocador para un profesional que esté al corriente de la vida económica y da pie a un intercambio de informaciones entre los distintos miembros del grupo, lo que permite introducir el tema de la Bolsa mediante los propios conocimientos de los alumnos.

1.2.a) A través de documentos auténticos de la prensa se trata el vocabulario básico, que se puede ampliar en todo momento. El alumno utiliza su lógica y sus conocimientos, o sea su estrategia de deducción, para aprender elementos de vocabulario en su contexto.

b) En esta actividad se continúan elicitando los conocimientos del alumno sobre las causas del descenso o del alza de la Bolsa, lo que puede dar pie de nuevo a una discusión espontánea más técnica entre ellos. Al mismo tiempo constituye una

preparación a la actividad.

c) Mediante un modelo de lengua, tiene que expresar la noción de causalidad aplicada al tema sobre el que han estado discutiendo momentos antes.

Con estas tres actividades han practicado la lectura y la expresión oral, han aprendido vocabulario y lo han utilizado ellos mismos en un contexto relevante de discusión entre profesionales. La gramática que han utilizado está totalmente ligada al contexto del que se habla y cumple una función comunicativa ya que han tenido que construir frases con una finalidad comunicativa gramatical correcta.

MUESTRA 1 (UNIDAD 2: PUESTOS DE TRABAJO)

MÓDULO 4

4. 1. Oirá parte de la entrevista entre el señor Ramos, Jefe de Personal, y el señor Ballesteros, candidato a ocupar el puesto ofrecido por la empresa.

a) Tome nota de toda la información que sea nueva con respecto a la contenida en el currículum y la solicitud enviados por el candidato.

b) Vuelva a escuchar. Esta vez tome nota de las expresiones que el señor Ramos utiliza para hacer referencia a la información contenida en el currículum y la solicitud, y para confirmarla y ampliarla.

Ejemplo: Por lo que veo ...

c) Finalmente, tome nota de la forma en que el señor Ramos trata de obtener informaciones, sea por medio de preguntas directas u otras expresiones.

4. 2. Juego de roles

a) Dos alumnos adoptan el papel de los candidatos para el puesto de trabajo. Los demás actúan como jefes de personal y los entrevistan. Las entrevistas pueden basarse en la información que contienen los historiales profesionales y sus cartas de solicitud, así como en el fragmento de entrevista con el señor Ballesteros; pero, en cualquier caso, podrán añadir todos los detalles que se consideren necesarios. Traten de utilizar el lenguaje presentado en el apartado 4. 1.

4. 2. b. Al final de la entrevista, los alumnos que han hecho el papel de jefes de personal presentan los argumentos a favor y en contra de cada candidato y proponen al que consideran más idóneo.

(Método: *Hablemos de negocios*, M. LL. Sabater, E. Martín, M. Bosch, Alhambra Longman, Madrid, 1992.)

Estas dos actividades están ligadas y, además, el alumno posee ya mucha información sobre los personajes puesto que ha seguido el caso desde el principio.

La actividad 4.1 es auditiva y el alumno tiene que extraer una información determinada: todo lo que el candidato no ha expresado en el currículum y en la carta de solicitud que ha mandado a la empresa y que el alumno conoce ya. No es pues, un simple ejercicio de comprensión sino que el alumno tiene que seleccionar la información que ya conoce, dejarla de lado y obtener la que no ha aparecido anteriormente.

En b) se le pide que seleccione unos modelos de lengua determinados que cumplen unas funciones comunicativas también determinadas para que las anote, las retenga y sea capaz de volverlas a emplear él mismo en la actividad siguiente.

En la actividad 4.2 se le dan instrucciones precisas para que asuma un papel en una situación que es una simulación de la realidad. Se le proporcionan elementos de trabajo para que no tengan que inventar de nuevo una situación y se les da un tiempo de preparación para que puedan buscar y retener las informaciones que harán que su personaje tenga una credibilidad como tal. Al mismo tiempo en las instrucciones se le puntualiza que puede añadir todos los detalles que crea necesarios, con lo que se fomenta su creatividad. Puede empezar su intervención preparado tanto desde el punto de vista de información sobre su personaje como desde el punto de vista de los instrumentos lingüísticos que tendrá que emplear, puesto que ha tenido que seleccionarlos antes él mismo en la conversación que ha oído.

Es decir que el objetivo final consiste en que el alumno simule, mediante un juego de roles, una entrevista profesional, destinada a elegir a uno de los candidatos que se presentan a una empresa para obtener un puesto de trabajo. Para que lo pueda llevar a cabo correctamente la fase de preparación ha sido larga. Las informaciones que le faltaban sobre el candidato las ha tenido que seleccionar a partir de un texto auditivo, así como los modelos de lengua que tendrá que utilizar. Al mismo tiempo se le estimula para que aporte nuevos elementos lo que podrá hacer a partir de su experiencia profesional sobre el tema.

5. PAPEL DEL PROFESOR

5.1. CON RESPECTO AL GRUPO META

Con todo lo dicho anteriormente ya se han perfilado la multiplicidad de funciones de un profesor del español del mundo de los negocios.

Además de las funciones típicas de un profesor de lengua hay dos categorías de elementos que necesita dominar:

- La primera la constituye una interacción constante con el grupo y una retroalimentación permanente para saber si la dirección que ha tomado es la correcta y la que se adapta a las necesidades profesionales de los estudiantes.
- En la segunda categoría incluiría las de saber realizar un análisis de necesidades y actuar en consecuencia, ser capaz de diseñar un programa adecuado y llevar a cabo la adaptación de un método a las necesidades de un grupo seleccionando materiales y creando nuevos, si es preciso.

5.2. FORMACIÓN PERSONAL

Este enunciado nos lleva a las inevitables preguntas que todo profesor confrontado a la propuesta de llevar a cabo un curso de español del mundo de los negocios se formula legítimamente:

- ¿Tiene que ser un especialista en la materia?
- ¿Tiene que tener sólidos y profundos conocimientos de teoría económica, de *marketing*, de *management*, de publicidad, de seguros, de contabilidad?

En realidad estas preguntas traducen la preocupación de un profesional que tiene que enfrentarse a la enseñanza de una especialidad para la cual NO HA SIDO PREPARADO, y ésta es quizá una de las características comunes a un elevado porcentaje de profesores del español del mundo de los negocios.

Mi experiencia personal en este dominio me lleva a contestar a esta pregunta negativamente. No es necesario ser un especialista en el tema. Sin embargo, los elementos que sí considero imprescindibles son los siguientes:

- Tener un conocimiento de los principios fundamentales del área que se está estudiando y también una buena información de la marcha de la economía del país y de la economía mundial a través de buena prensa especializada.
- Colaborar con el alumno lo que en este caso es todavía más importante que en otras clases de lengua. El profesor tiene que requerir los conocimientos de los estudiantes sobre la materia, establecer un intercambio de información con ellos sin pretender ser un profesor del área que se está estudiando sino una persona dispuesta a aprender, tanto a partir de su estudio como a partir de los alumnos. Tiene que demostrar, eso sí, que es capaz de proporcionarle los instrumentos lingüísticos adecuados para afrontar con éxito las situaciones profesionales a las que se tiene o tendrá que enfrentar.
- Por otra parte diría que es muy importante que el profesor tenga una actitud positiva con respecto a los contenidos del curso, no considerándolos de entrada como aburridos y sin un gran interés. Es preciso tener el convencimiento, de que al cabo de un tiempo de dedicarse a este tipo de cursos se adquieren buenos conocimientos sobre el tema si se tiene esta actitud receptiva.

¿Un profesor de español de los negocios tiene que ser al mismo tiempo un historiador, un sociólogo, un etnólogo, un politólogo para poder integrar elementos de cultura, historia, carácter, comportamiento, política del país del cual se está enseñando la lengua? La respuesta es afirmativa si se entienden estos términos en su sentido humanístico más amplio. Un profesor bien informado de la realidad económica y política de su país, dispuesto a fomentar la discusión y el debate a partir de documentos auténticos y relevantes, y, por supuesto, firmemente decidido a eludir los tópicos y clichés hasta hace muy poco tan asiduamente cultivados sobre este país, será efectivamente, un historiador, un sociólogo, un etnólogo y un politólogo, pero ante todo un buen profesor de lengua.

6. CONCLUSIÓN

La idea central de estas reflexiones consiste en considerar que la función de la enseñanza del español del mundo de los negocios consiste en proporcionar a un profesional los recursos adecuadamente en esta lengua en el desempeño de su actividad laboral. Hemos visto que las implicaciones que se derivan de este principio son múltiples y que se apartan de la enseñanza más tradicional basada únicamente en la lengua y su descripción. Una actitud positiva frente a la materia, una colaboración constante con el estudiante, una buena información sobre la economía y la marcha del país, una gran flexibilidad para seleccionar los materiales adecuados para su grupo son las condiciones que creo necesarias para formar a un profesional del mundo de los negocios en el uso del español como instrumento de trabajo.