LA IMPORTANCIA DEL PARÁMETRO SOCIOCULTURAL EN LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL PARA FINES ESPECÍFICOS

Pilar Bonet
Universitat de València

Lourdes Melción
Roehampton Institute

1. Introducción

La enseñanza de lenguas para fines específicos, debido a sus características especiales (número de horas reducido, objetivos claramente delimitados, necesidades comunicativas muy concretas, etc.) se ha centrado y, en general, se centra en los aspectos más técnicos del área científica en que dicha lengua se imparte. Por el contrario, los cursos de enseñanza de una lengua extranjera suelen incluir aspectos socio-culturales de su entorno lingüístico. Cabe señalar, por otro lado, el cambio que se está produciendo en las necesidades comunicativas del mundo actual y la importancia del término ya acuñado internacionalmente como diversidad intercultural y que, sin embargo, no da como resultado la integración de elementos culturales en los cursos de lenguas para fines específicos.

El objetivo de este trabajo es proponer la integración de parámetros socio-culturales en el diseño de cualquier curso o material de lenguas para fines específicos, mostrando como ejemplo la manipulación de la ficha técnica de un caso de empresa en una clase de español de negocios.

2. El español, lengua internacional

El proceso de internacionalización del mundo actual, tal como apuntaba Rivers (1992), lleva camino de convertir en realidad la idea de «aldea global» de McLuhan y

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...
Centro Virtual Cervantes

Fiore (1967). Hasta hace relativamente pocos años existía un intercambio de ideas y un intercambio técnico, científico y comercial, pero hoy en día se evidencia una movilidad humana constante que ha creado relaciones comunicativas directas. Este hecho ha producido modificaciones importantes en el mundo de la enseñanza a todos los niveles, incluído el campo de la enseñanza de lenguas extranjeras.

La enseñanza de un idioma no se limita ya a profesionales de la lengua en sí misma o a estudiosos de la literatura; ni tan sólo a colectivos de profesionales de áreas determinadas del comercio, la ciencia o la tecnología. La necesidad de dominar una o más lenguas extranjeras se va generalizando: en algunos casos por constituir una obligatoriedad para la obtención de títulos universitarios, en otros por la existencia de nuevas titulaciones que combinan una o dos lenguas modernas con distintas áreas de conocimiento. En la Unión Europea existen proyectos de titulaciones conjuntas entre universidades de distintos países; estudiantes de cualquier país comunitario pueden hacer parte de sus estudios en otro a través de proyectos como SÓCRATES y el sistema de trasferencia de créditos ECTS. Y esta pauta lleva camino no sólo de continuar en aumento sino de ampliar el abanico de países participantes en distintos proyectos de cooperación vehiculizando una mayor dimensión internacional. La necesidad de salir y relacionarse social y profesionalmente aumenta cada día y la preparación del estudiante determina su integración en otra cultura diferente de la suya propia y puede condicionar su fracaso o su éxito.

Otro de los cambios del mundo actual que cabe destacar es la creciente importancia que el español está cobrando. Umberto Eco (*Cambio 16*, 21.11.1995) vaticinaba que el español será la segunda lengua internacional después del inglés; en este mismo sentido Sánchez Albornoz (*Cambio 16* /Culturas, 7.10.1995) aportaba datos elocuentes cuando decía: «en medio siglo la población de habla española ha crecido cuatro veces a un ritmo vertiginoso nunca igualada antes en su historia. (...) Hoy por hoy, cada año se agregan a esta comunidad lingüística unos seis millones». El español, lengua oficial en 21 países y que cuenta con aproximadamente 375 millones de hablantes, está convirtiéndose también en foco de atención y experimentando un gran crecimiento con respecto al número de estudiantes en todo el mundo. Por citar tan sólo un ejemplo, Rafael Fente, Director del Instituto Cervantes en Londres (*Cambio 16*/ Culturas, 7.10. 1995) aporta datos del estudio realizado en el Reino Unido con respecto a la demanda de español. Los resultados son elocuentes: a pesar de figurar todavía por detrás del francés y en Inglaterra y Gales del alemán, las expectativas de demanda del español están aumentando en un 70% en centros de enseñanza reglada de adultos y en secundaria y en un 90% en el nivel universitario. Ha pasado de ser una lengua estudiada minoritariamente por hispanistas o por unos pocos que persiguen fines turísticos a considerarse un idioma profesional, especialmente en el campo de la economía, de la empresa y de las ciencias políticas. Con el proceso de democratización de España, su entrada en la Unión Europea y su consolidación dentro de la política internacional, la imagen tópica que se tenía del país en el exterior va cambiando. Además –y sobre todo– el papel del mercado hispanoamericano y la divulgación de las diversas culturas iberoamericanas han evidenciado la importancia de esta lengua en el mundo.

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...
Centro Virtual Cervantes

Esta atracción por el español y lo que representa convierte a los países de habla hispana en focos receptivos de un número de estudiantes que se incrementa de año en año; estudiantes que se trasladan a estos países a cursar parte de sus estudios universitarios o a realizar prácticas profesionales como parte de los mismos y que tienen unas necesidades comunicativas directas no sólo desde el punto de vista de la lengua en sí misma ni de la lengua específica de su área académica o profesional sino que necesitan una base socio cultural que les permita una integración real en el entorno al que se trasladan. Esta base cultural debe incluir conocimientos de geografía e historia que condicionan el presente y pueden ayudar al estudiante, tal como dice Frommer (1992: 98), a entender conceptos que subyacen en la cultura actual. Y también todos aquellos aspectos que Van Ek y Trim (1994: 55-58) recomiendan como competencia socio-cultural.

En el ámbito de la empresa distintos estudios también evidencian la importancia del entendimiento cultural. Frommer (1992: 94) comenta un estudio realizado en los Estados Unidos en el que incluso se prioriza dicho entendimiento, anteponiéndolo al conocimiento del idioma. Jurado, en el artículo «De estrellas a estrellados» (El País / Negocios, 10.4.1994) cita las palabras de Alejandro Torrijos que afirma: «El posible fracaso de un ejecutivo internacional se debe más a problemas socioculturales o de entorno, que a principios gerenciales que son universales». En ese mismo artículo, Jurado destaca los datos aportados por un estudio realizado por la Universidad de Harvard y Amrop International en el que se analiza el fracaso de altos directivos de empresa en el extranjero. Según este estudio, las cuatro cualidades importantes para triunfar internacionalmente son: capacidad de liderazgo, capacidad de comunicación, conocimiento específico del país e involucración en la nueva cultura, definiendo el conocimiento específico del país como «entendimiento de las operaciones de negocios, lenguaje y cultura».

Estos datos ponen de manifiesto la necesidad de integrar el parámetro sociocultural en las programaciones de lenguas para fines específicos. El profesor debe considerar como objetivo la preparación del estudiante en un triple aspecto: capacitarle lingüísticamente para que pueda desenvolverse con una cierta corrección y fluidez, facilitarle las herramientas para que pueda aplicar dicha capacitación a su área de especialización y proporcionarle la base cultural necesaria para que la comunicación sea real y eficaz.

3. Propuesta de explotación de materiales

Para conseguir este triple objetivo el profesor depende de los materiales utilizados y de su enfoque metodológico. La selección, diseño y adaptación de materiales es, pues, un aspecto básico en la enseñanza de una lengua y más en particular, en el área de las lenguas para fines específicos, donde se ha convertido en una constante de inquietud y estudio. Sin entrar en detalle en este campo sí queremos destacar dos aspectos que han sido tema de reflexión y controversia y que, en cierto modo, están relacionados

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...
Centro Virtual Cervantes

entre sí: la relevancia de los materiales al área de especialización y el uso de material auténtico (Robinson, 1991: 54-56). Consideramos que el uso de material relevante y auténtico –siempre que se explote adecuadamente– aumenta la motivación y la participación del estudiante, convirtiendo esta última en más realista, práctica y efectiva (Bathia, 1986). En este sentido resaltamos la importancia del uso de material auténtico en la enseñanza de lenguas para fines específicos que son, en esencia, una simulación de una tarea de la vida real (Coffey, 1985: 84)

Incidiendo precisamente en los criterios de relevancia y autenticidad pensamos que la explotación de casos auténticos en áreas como la que nos ocupa –español de empresa– puede proveer el material que se adecúe a la consecución de nuestros objetivos. Los trabajos de Bonet (1997), Dow y Ryan (1987), Piotrowski (1982), o Westerfield (1989), entre otros, estudian distintas posibilidades del uso del caso en clase de lengua la explotación de un caso ofrece un amplio abanico de posibilidades de interacción y de integración de destrezas comunicativas; por otro lado, a lo largo del desarrollo de las distintas etapas del mismo, se pueden incorporar no sólo aspectos de cultura empresarial sino puntos distintivos de las culturas involucradas y que influyen en el proceso de negociación.

Sin embargo, el ejemplo que presentamos como conclusión de este trabajo tiene como objetivo mostrar como, con un material mínimo, el título y la ficha técnica de un caso auténtico que después se explotaría en su totalidad, se puede lograr el triple objetivo al que aludíamos anteriormente.

EJEMPLO PRÁCTICO

ACEITUNERA ALCOYANA, S.A.
Sector: Industria alimentaria.
Actividad: Elaboración y envasado de aceitunas.
Creación: 1941.
Localización: Alcoy (Alicante).
Empleados: 50-100.
Facturación: 2.500-5.000 millones de pesetas.
Exportación: 5%.
Fuente: Ferreira y Parras (1991).

PROPUESTA DE POSIBLES PUNTOS QUE SE PUEDEN EXPLOTAR EN CLASE:

1. ÁREA LINGÜÍSTICA
   1.1. Derivados en -ción, -dad, -era, -era,..topónimos, gentilicios.
   1.2. Sinónimos: aceituna/ oliva, localización/ situación,etc.
   1.3. Numerales:revisión, expresión de años y porcentajes.

2. ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN
   2.1. Léxico: sector, empleados, facturación, exportación, etc.
   2.2. Contenido: sectores económicos, tipos de empresa, PYMES, S.A., cambios derivados de la nueva legislación, etc.

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...
Centro Virtual Cervantes

3. PARÁMETRO SOCIOCULTURAL[1]

3.1. Aceituna: cultura agrícola, la cultura de la aceituna en España, «Andaluces de Jaen» de Miguel Hernández/Paco Ibañez, el aceite de oliva y la dieta mediterránea.

3.2. Alcoy: situación geográfica y clima, nacionalismo y bilingüismo, la Revolución Industrial y el movimiento obrero, la importancia de la industria textil, el nuevo Alcoy.

3.3. 1941: La postguerra.

3.4. La importancia del núcleo familiar en España como condicionante del gran número de empresas familiares.

3.5. Fiestas y tradiciones populares: Moros y Cristianos.

BIBLIOGRAFÍA

BHATIA, V. K. , 1986, «Specialist-discipline and the ESP curriculum». En Tickoo (eds.), *Language Across the Curriculum*, Singapur, SEAMEO Regional Language Centre, pp. 47-63.

BONET, Pilar, 1997, «Applying the Case Study Approach to Students of Business English». En Piqué y Viera (eds.), *Applied Languages: Theory and Practice in ESP*, Valencia, Universitat de València, pp. 199-210.

COFFEY, Bernard, 1985, «ESP-English for Specific Purposes». En Kinsella, V. (ed.), *Cambridge Language Teaching Surveys 3*, Cambridge, CUP, CILT & The British Council, pp. 78-93.

DOW, Anne R. y RYAN, Joseph T., 1987, «Preparing the language student for professional interaction». En Rivers (ed.), *Interactive language teaching*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 194-210.

FERREIRA, Germán y PARRAS, Roberto, 1991, *Casos de empresas innovadoras de la Comunidad Valenciana*, Valencia, IMPIVA.

FROMMER, Judith G. , 1992, «Languages for Career Support». En Rivers (ed.), *Teaching Languages in College*, Lincolnwood, National Textbook Company.

MCLUHAN, Marshall y Q FIORE, 1967, *The Medium Is the Message*, New York, Bantam.

RIVERS, Wilga M., 1992, *Teaching Languages in College*, Lincolnwood, National Textbook Company.

ROBINSON, Pauline C. , 1991, *ESP Today: A Practitioner's Guide*, Hertfordshire, Prentice Hall International.

[1] Dadas las características del material utilizado, el parámetro sociocultural se explota desde el punto de vista de lo que Van Ek y Trim (1994) incluyen bajo la denominación de «experiencias universales» y no desde los de convenciones ni rituales sociales, que serían explotados en el desarrollo posterior del caso.

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...

Centro Virtual Cervantes

PIOTROWSKI, Maryann V., 1982, «Business as Usual: Using the Case Method to teach ESL to executives», *TESOL QUARTERLY*, 16/2, pp. 229-238.
VAN EK, J. A. y TRIM, J. L. M., 1994, *Waystage 1990*, Council of Europe Press.
WESTERFIELD, Kay, 1989, «Improved Linguistic Fluency with Case Studies and a Video Method», *English for Specific Purposes*, 8/1, pp. 75-83.

ASELE. Actas VIII (1997). PILAR BONET Y LOURDES MELCIÓN. La importancia del parámetro soci...
Centro Virtual Cervantes