NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE DISEÑOS CURRICULARES Y MATERIALES DIDÁCTICOS DE ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS

MARIA LLUÏSA SABATER
Ecole Supérieure du Commerce Extérieur / Universitat de Barcelona

RESUMEN

Partimos de la base de que el conocimiento parcial que los diseñadores de materiales didácticos de Español para uso profesional tenemos de los ámbitos laborales a los que destinamos nuestra producción, acarrea una falta de autenticidad, especialmente en el área de los textos orales, a las actividades que realizamos para los manuales. Propongo mostrar cómo un dominio que parece tan superado como es la negociación, se puede concretizar en los manuales de EFE y, a partir del análisis de la transcripción de los mismos, preguntarnos si sabemos realmente cómo es el discurso en las negociaciones de las empresas. Mi propuesta consiste en abrir líneas de investigación con el fin de establecer *corpus* rigurosos que faciliten el camino a los creadores de materiales para alcanzar la autenticidad y la credibilidad necesarias para los profesionales a los que se dirigen.

1. Principios de la didáctica de EUP

Esta intervención se focalizará sobre un aspecto de la creación de materiales didácticos para las clases de español para uso profesional que, a mi modo de ver, necesita en este momento, y de manera urgente, el apoyo de una investigación empírica.

Antes de empezar, quisiera hacer hincapié sobre tres puntos clave.

En primer lugar, me parece importante destacar cuál es mi posición sobre los lenguajes de especialidad, que se basa en la que da la Doctora Cabré:

> *a) se trata de conjuntos «especializados», ya sea por la temática, la experiencia, el ámbito de uso o los usuarios.*
>
> *b) se presentan como un conjunto con características interrelacionadas, no como fenómenos aislados.*
>
> *c) mantiene la función comunicativa como predominante, por encima de otras formas complementarias.*
> (Cabré, 2003).

El hecho de integrar en ella, el ámbito de uso, los usuarios y de considerar la función comunicativa como predominante, le confiere toda la importancia que tiene dentro de la didáctica del EFE, y, al mismo tiempo amplía considerablemente el campo de actuación en el diseño de los materiales que hay que llevar al aula.

En segundo lugar, y como consecuencia lógica de lo anterior, parto de la base de que, en materia de didáctica de EFE, la teoría de la asociación de la especificidad profesional con la especificidad puramente léxica es un modelo reductor que no puede contribuir a un aprendizaje efectivo de la lengua en un contexto profesional. (Llobera, 2000).

Por todo ello, en tercer lugar, considero que las competencias derivadas de los géneros discursivos y de los tipos de textos a los que el profesional-alumno se tiene que enfrentar, las estrategias pragmáticas que tiene que saber aplicar, las habilidades y actitudes interculturales que tiene que adoptar, las funciones y actos de habla, la gramática y el léxico que debe conocer, forman un conjunto de parámetros que no se pueden ignorar y que el profesional-alumno como agente social y hablante intercultural tiene que dominar.

Este amplio espectro de elementos, adaptado del Plan Curricular del Instituto Cervantes (E. Martín, 2009), constituyen la visión de lo que significa la didáctica del EFE y da coherencia y sentido al cuerpo de la intervención que nos ocupa.

2. Diferentes ámbitos, diferente transparencia u opacidad

Existen contextos profesionales que son más transparentes, en apariencia, que otros. El dominio de los Negocios y del Turismo son un buen ejemplo ya que las situaciones de comunicación que en ellos se producen, son más conocidas o fáciles de prever o investigar.

El de la Medicina y Sanidad, ciertamente tiene situaciones de comunicación e interacción tanto a nivel de pacientes como a nivel de colegas de trabajo que pueden averiguarse con un Análisis de necesidades bien hecho.

Otras áreas son más opacas para el diseñador de materiales: el Jurídico lo ha sido en gran medida hasta que se han empezado a hacer memorias de máster que dejan ya entrever situaciones de comunicación concretas y, por lo tanto, se pueden hacer propuestas de trabajo con todos los componentes necesarios.

Y hay ámbitos que nos resultan totalmente opacos, excepto a nivel lexicográfico, tanto por la temática que se nos escapa, como por el desconocimiento de las necesidades comunicativas de los que lo pueden

estudiar como lengua extranjera: la Ingeniería, la Arquitectura, por ejemplo. Porque, dejando aparte la producción/comprensión de textos científicos, es seguro que los profesionales de estos campos se encuentran en situaciones de comunicación muy contextuadas, en el caso de que trabajen con homólogos hispanohablantes.

Paradójicamente, un dominio que parece transparente y sobre el cual hay multitud de publicaciones y métodos, es el del ámbito de los negocios. Tenemos un repertorio muy completo de las situaciones en las que se puede encontrar un profesional en su actuación en su campo. Poseemos, hasta cierto punto, documentos escritos auténticos que garantizan la producción de actividades con credibilidad, pero, en cambio, nos es muy difícil obtener textos orales auténticos, porque las empresas son sumamente reticentes a abrir su actividad profesional interna a nadie que no pertenezca a ella. Ello nos lleva a considerar el punto siguiente.

3. Falta de información sobre el contexto profesional del ámbito que se va a tratar

Los diseñadores de materiales didácticos de Español para uso profesional, nos vemos confrontados a un problema que es crucial: poseemos, en general, un conocimiento parcial de los ámbitos laborales a los que destinamos nuestra producción.

Con ello, no me refiero al conocimiento del área técnica en la que nos vamos a desenvolver ya que podemos adquirir nosotros mismos, un cierto grado del conocimiento de la misma, que nos será de gran ayuda para una enseñanza lograda. (Scott-Barrett, 1989).

Hago referencia al hecho de que, en ocasiones, no tenemos suficiente información sobre el contexto laboral, y por lo tanto, sobre cómo se desenvuelven realmente los profesionales en los diferentes tipos de situaciones que tenemos repertoriadas.

Por lo tanto, los componentes básicos, especialmente orales, con los que se va a encontrar un profesional de un ámbito determinado para que las pueda desarrollar especialmente en el ámbito oral, se nos escapan. Nos refugiamos, entonces, en el léxico y en los textos escritos, a los que tenemos más fácil acceso, y sobre los que hay corpus en algunas áreas, por ejemplo los realizados ESLEE I y II[1].

El Plan Curricular del Instituto Cervantes, constituye, sin duda, un instrumento valiosísimo para los que nos dedicamos a la creación de materiales didácticos, pero es impensable, ni es su propósito, que pueda cubrir todas las necesidades que se nos presentan para crear actividades que se puedan llevar al aula.

4. Problemática: ¿en qué puede influenciar la falta de conocimiento de los contextos profesionales en el diseño de materiales didácticos para la enseñanza de EFE?

Todo ello, nos lleva a formular la hipótesis de que la imperfección de nuestro conocimiento de determinados contextos profesionales, puede acarrear una falta de autenticidad, especialmente en el área de los textos orales, cuando creamos textos orales en nuestros materiales didácticos, así como una selección demasiado personal e incompleta de las *unidades léxicas*, término propuesto por la Teoría Comunicativa de la Terminología (Cabré y Aldestein, 2001) y adoptado por Ciapuscio (2003).

5. La negociación: ejemplo de desconocimiento de la realidad

Propongo demostrar, a modo de ejemplo, cómo un dominio que parece tan superado en términos de aplicación al aula como es la negociación, se concretiza en los manuales y a partir del análisis

[1] «Estudio de los Lenguajes Especializados en Español (II). Tratamiento de la terminología desde los textos especializados: variación y fraseología.»

preguntarnos si sabemos de modo cierto, cómo es el discurso en las negociaciones reales de las empresas.

Presento, a continuación, un fragmento de la transcripción del material auditivo «Una negociación», Unidad 8, del Manual *Socios 2*[2].

(.....)

A. A ver, podríamos entregar la mitad de la mercancía el 15 de noviembre y el resto el 1 de diciembre. ¿Qué le parece?

B. Muy justo... Bueno, pero si nos entregan la mitad de la mercancía, tiene que ser la gama completa, claro.

A .Perdone, no sé si lo he entendido bien, ¿con los 10 modelos?

B. Sí, sí. La gama completa.

A. Me lo pone difícil. ¿Y si les entregamos 5 modelos el 15 y después...?

B. Perdone, pero eso no es negociable. Necesitamos los 10 modelos al mismo tiempo.

A. En ese caso tendrían que pagarnos a 30 días y no a 60 como habíamos convenido. Si nos pagan a 30 días, creo que podríamos llegar a un acuerdo.

B. Treinta días... ¡uf! Es que... Bien, de acuerdo, pero tiene que asegurarme que toda la mercancía estará en el almacén el 1 de diciembre.

A. Le garantizo que la tendrán.

Se trata de un fragmento de un diálogo entre dos negociadores. Parece verosímil, pero, ¿realmente lo es? Visto a distancia, dudo mucho que lo que escribí hace nueve años, sea un reflejo de la realidad, por varias razones.

[2] MARTÍNEZ, L. y SABATER, M. Ll (2000), *Socios 2*, Difusión, Barcelona. Me atribuyo la autoría y la responsabilidad completa del texto transcrito.

La primera, se debe al hecho de que, después de haber penetrado mucho más en el ámbito de las negociaciones, resultó evidente en el ámbito de los negocios, las condiciones de pago, así como todo lo relacionado con los precios, no se aceptan con la facilidad que aparece en el diálogo.

Por otra parte, después de la audición, sabemos muy poco sobre

- cómo los interlocutores intensifican el discurso y cómo lo atenúan para que el difícil equilibrio de la negociación no se rompa.
- se toman los turnos de palabra.
- qué frecuencia tienen los solapamientos (parece que no hay).
- qué frecuencia tienen las interrupciones (solo detectamos una).
- cuál es el esquema de argumentación.

Es decir, los aspectos pragmáticos y argumentativos del discurso quedan obviados o falseados. Y si analizáramos el diálogo bajo otra perspectiva, veríamos que no hay ni un solo aspecto sociocultural que se pueda extraer de la muestra.

Para terminar, el registro que se adopta en este diálogo es formal, pero ¿ocurre así en todas las negociaciones? Por supuesto que no. Suponemos que puede variar según el grado de conocimiento de los interlocutores, el nivel jerárquico de los mismos dentro de la empresa, el sector al cual pertenece la compañía, la importancia del contrato que puede surgir de la negociación, es decir, un conjunto de variables que pueden modificar el registro, y, por consiguiente, todos los aspectos pragmáticos y argumentativos que se han mencionado previamente. Sin embargo, no tenemos estudios sobre los distintos registros que pueden darse en las negociaciones.

Esta falta de muestras auténticas de una realidad que se da cotidianamente en el ámbito de los negocios, como es el hecho de negociar,

nos lleva a producir materiales, que, por simple desconocimiento de un mundo que es ajeno al diseñador de actividades, quedan incompletos y lejanos a la práctica de un verdadero profesional.

6. Modelos de líneas de investigación

Voy a citar dos ejemplos realizados por grupos de investigadores sobre las negociaciones, que puede aportar elementos constructivos para la propuesta que se hará posteriormente.

a. *El Proyecto INES.* Excepcionalmente, disponemos de un trabajo serio y riguroso que permite abordar *los aspectos socioculturales de la negociación en España*, el Proyecto INES: *International Negotiations in Spanish*. Fue un proyecto llevado a cabo por: Esade (Barcelona), Copenhagen Business School (Dinamarca), Wirtschaftsuniversität Wien (Austria) y fue presentado a la Unión Europea en mayo de 2000.

Para la realización de este proyecto, se hicieron entrevistas a treinta y cuatro empresarios españoles y extranjeros que negociaban con españoles y su objetivo consistía en intentar determinar si existen unas características que definan un estilo de negociación a lo español y, si es así, qué rasgos pueden explicarse a través de los valores culturales españoles, apoyándose en los principios de Trompenaars (1997).

Mediante el corpus que construyeron, obtuvieron resultados válidos y fiables alejados de estereotipos basados en los valores culturales de la sociedad y llegaron a la conclusión de que existe lo que ellos llaman el estilo de negociar español.

Sin embargo, es muy significativo que en este estudio no haya ni una sola muestra de negociación real llevada a cabo por profesionales.

Y es que el mundo de la empresa es muy poco accesible y esta inaccesibilidad al género discursivo real provoca en una gran medida la falta de análisis del discurso, por lo cual, pongo en duda autenticidad de las

muestras orales que creamos los diseñadores de materiales didácticos para presentar como modelo al alumno.

b. *La «escuela escandinava»<:* Por otra parte, existe un conjunto de investigadores, que sí han trabajado sobre negociaciones reales para fines interculturales, a los que denomino «la escuela escandinava».

En Suecia y Dinamarca principalmente, Lars Fant, Annette Grindsted, Annette Villemoes, entre otros, han llevado a cabo una serie de estudios sobre el análisis del discurso en negociaciones entre españoles y suecos, españoles y daneses, mexicanos y españoles. Los materiales para realizar sus corpus provienen de grabaciones en vídeo de negociaciones simuladas recogidas durante seminarios de perfeccionamiento en el arte de negociar (Fant, 1996).

Es decir que, por una parte, dos organizaciones internacionales especializadas en los cursos de formación en negociación a los empresarios, permitieron, o bien el acceso de los investigadores a los seminarios, o bien les proporcionaron materiales grabados, así como consejos y cambios de impresiones. Por otra parte, se mencionan tres grandes empresas españolas que les permitieron asistir directamente a sus seminarios internos de negociación.

7. Conclusión

He mostrado los dos ejemplos precedentes, porque demuestran que sí es posible, través de una institución o grupo de investigación acceder a un contexto profesional que, sin lugar a dudas, a nivel individual es bastante o totalmente impenetrable.

En efecto, creo que solamente mediante proyectos concebidos y respaldados por instituciones y llevados a cabo por equipos de investigadores, se pueden conseguir materiales auténticos que permitan trabajar de modo riguroso y serio y cuyo resultado en la confección de materiales didácticos redundaría en la autenticidad y el planteamiento de

actividades en las que los profesionales del dominio implicado pudieran sentirse plenamente identificados.

La elaboración de corpus sobre géneros discursivos orales, especialmente, pero también escritos, me parece absolutamente necesaria en un momento en que hemos llegado a una madurez en el campo de las publicaciones de materiales didácticos para contextos profesionales. En efecto, las publicaciones de manuales de Español para Fines Específicos proliferan y los profesores tienen, cada vez más, un amplio abanico de buenos materiales para utilizar en el aula, y cada vez en más dominios. Se tendría que pasar a la etapa en que los autores de actividades para el aula de EFE pudieran conseguir que el rigor y la autenticidad en la presentación y explotación de los géneros textuales escritos que ya se da en este momento, se pudieran aplicar también a los textos orales, especialmente a los que proceden de situaciones y contextos internos a las empresas.

Es por ello, que el establecimiento de un corpus de géneros discursivos orales, permitiría concebir la elaboración de Diseños Curriculares, rigurosos y fiables, facilitaría, por consiguiente, el camino a los creadores de materiales, sabiendo que las actividades que diseñan tendrán la autenticidad y la credibilidad necesarias para los profesionales a los que se dirigen.

Bibliografía

CABRÉ, M.T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona. Antártida/Empúries.

CABRÉ, M.T.; ALDESTEIN, A. (2001). «¿Es la terminología lingüística aplicada?». *Trabajos de lingüística aplicada.* Barcelona: Univerbook S.L.

CIAPUSCIO, G.E. (2003). «Textos especializados y terminología». Barcelona. IULA. Universitat Pompeu Fabra.

FANT, L. (1989). «Cultural Mismatch in Conversation: Spanish and Scandinavians communicative Behaviour in Negotiation Settings». *Hermes, Journal of Linguistics*. The Åarhus School of Business. Vol. 2. Pp. 247-265.

FANT, L. (1990). «Conversational patterns in Spanish and Swedish business negotiation.» *International Business Communication. Vol. 2:1. Pp. 13-16.*

FANT, L. (1996). «Regulación conversacional en la negociación: una comparación entre pautas mexicanas y peninsulares». *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica.* Madrid: Vervuert. Biblioteca Ibero-Americana: Vol 59. Pp. 147-183.

GRINDSTED, A. (1990). «How Conversation Is Organized in Spanish and Danish Negotiation Interaction». *Merino 7. Pp. 1-18. Odense: Odense University.*

GRINDSTED, A. (1994). «Argumentative Exchange Formats in Spanish and Danish Negotiations». *In Merino 18. Odense: Odense University.*

GRINDSTED, A. FANT, L. (1995), «Conflict and Consensus in Spanish, vs. Scandinavian Negotiation Interaction». *HERMES, Journal of Linguistics. Vol 15, Pp. 11-141.*

LLOBERA, M., (2005). «Aspectos semióticos del discurso en la enseñanza EpFE: Ideaciones y dimensión educativa». *Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos Noviembre 2000.* [En línea] Documento disponible en: <http://www.ciefe.com/paginas/pdf/cf1-p-aspectosssem.pdf>

MARTÍNEZ, L. y SABATER, M. Ll (2000), *Socios 2*, Difusión, Barcelona.

SCOTT-BARRETT, F. (1989): *«How technical can you get?».* Language Training, vol. 10, 1.

TROMPENAARS, F., HAMPDEN-TURNER, C. (1997). *Riding the waves of culture.* London: Nicholas Brealey publishing.

VILLEMOES, A. (2003). «How do southern Spaniards create the conditions necessary to initiate negotiations with strangers?» *Hermes, Journal of Linguistics.* Vol. 31. Pp. 119- 134.

VILLEMOES, A. et al. (2003). *Negociar a lo español.* Dinamarca. Systime.