LOS MATERIALES CREADOS PARA EL AULA O PARA UN MANUAL, ¿SON LOS MISMOS?

MONTSERRAT BOVET PLA
Escuela de negocios ESADE

¿Cuando nosotros creamos, cuando el profesor crea materiales para el aula puede incluir estos mismos materiales en uno de sus manuales? La respuesta de entrada parece obvia, algunos de ellos sí y otros no será posible. La finalidad que busco con mi presentación en este contexto es que sirva como introducción para luego reflexionar sobre qué es lo que hace que un material pueda realmente ser polivalente en el sentido de que lo podamos usar tanto en el aula como en el manual. Voy a seguir un poco mi trayectoria como profesora desde hace muchos años y como autora de estos primeros manuales. En especial, del primer manual, que hicimos junto con Marisa de Prada, *Hablando de negocios*, que sufrió varias reediciones porque tuvimos que irlo cambiando a medida que pasaba el tiempo y muchos ejercicios se volvían totalmente obsoletos. De este primer manual aprendimos muchas cosas sobre qué materiales es mejor que estén en el manual para conseguir que se quede en la fase retentiva, que consiga quedarse en el mercado más de un año o más de dos por lo menos.

Lo primero que hacemos cuando estamos en una fase de crear material es realizar el análisis de necesidades del público. ¿Cuál es la diferencia de este análisis de necesidades para hacer un manual? En el caso de la clase, del aula, de un curso concreto tenemos un público que podemos

denominar como objetivo. Están ahí, los conocemos, sabemos cómo se llaman, cuál es su nacionalidad y cuáles son sus necesidades concretas, no generales. Tenemos un grupo de personas que son estudiantes de negocios o que son profesionales de la empresa, pero aparte de esto nosotros sabemos que Hans es directivo general de una empresa de automoción, Peter es estudiante del MBA y quiere dedicarse a finanzas y, además, el primer día ellos nos van a hablar de sus objetivos, de sus necesidades. Por este motivo, aunque nosotros podamos ir con una idea previa de qué tipo de programación y materiales vamos a usar, en el día a día, vamos cambiando y vamos usando materiales cada vez más específicos y cada vez menos generalistas, dependiendo de las necesidades de cada uno. Cuando nos planteamos incluir un material en un manual no sabemos quién será el usuario de este manual, tenemos una idea general, será alguien que está interesado para saber español de los negocios porque puede que sea directivo, puede que sea estudiante de una escuela de negocios, puede que quiera de alguna manera ampliar sus conocimientos, etc. Entonces nos vemos obligados a incluir material que de alguna manera siempre va a ser mucho más generalista y mucho menos específico, aunque hagamos unidades de vocabulario específico de *marketing*, vocabulario especifico de finanzas. Dentro de esta unidad de *marketing* vamos a incluir materiales generales, no específicos de una rama concreta del *marketing* porque, como ya hemos dicho, no sabemos quién va a usar este manual.

Lo que comentaba antes, en la clase siempre hay este análisis diario que hace que podamos utilizar constantemente material del día. Hay una interacción y podemos utilizar material de última hora, noticias, ahora, por ejemplo, con la crisis económica todos nosotros seguro que en clase que hemos utilizado las noticias sobre la crisis económica, las soluciones, las cumbres que se han hecho sobre este tema. Por el contrario, no recomendaría poner material sobre la crisis económica en un manual porque dentro de cinco meses se verá ya obsoleto aunque se haya publicado hace solamente tres meses o hace solamente medio año. Esta es, y para mí, una de las grandes

diferencias que hay entre el material que incluimos en un manual y el material que podemos usar en clase, para mí es una de las más importantes.

Otro tema, que a mí me interesa especialmente, es toda la cuestión de las diferencias culturales, de la interculturalidad, de introducir los valores culturales en nuestra práctica, en nuestras clases. Cómo puedes introducir en un manual cuestiones de valores culturales, no de costumbres, de cultura con K, que dicen, de la cultura profunda, los valores. Normalmente, en los manuales, de alguna manera, es más seguro hablar de costumbres, hablar de cultura, de la propia cultura. Si nuestro manual está hablando del Español de los Negocios en España podemos hablar de lo que es habitual o no es habitual en las empresas españolas en el mundo de los negocios o también de otros países, pero introducir en un manual cuestiones más complejas como valores culturales, cómo interpreta el empresario español la jerarquía, cómo interpreta y en qué se refleja esto es mucho más complicado porque difícilmente se puede hacer sin una comparación con otras culturas y ahí está el problema. Nosotros no sabemos cuál va a ser el usuario de este manual, por lo tanto, no sabemos qué cultura va a tener la persona que lo va a usar, excepto en el caso del manual que ya va dirigido a un grupo concreto: español para chinos, español para noruegos, en este caso es diferente. Pero los manuales más habituales que están dirigidos a un público de cultura indeterminada, realmente, nunca podemos y esto, a veces, es un riesgo, definir cómo es el español a nivel de valores y decir, por ejemplo, «el español no es puntual», no es puntual en relación con quién, porque en relación con un keniata probablemente tendrá una puntualidad extrema. Por el contrario, en clase todo el material de tipo cultural que vayamos a usar puede ser mucho más rico y mucho más interesante en el sentido de la comparación, porque el profesor va a saber qué culturas están en la clase.

El factor tiempo es clave para que el manual pueda continuar, más o menos, siendo útil tanto en clase como manual, básicamente. Noticias de actualidad, ya lo hemos comentado, en clase y material atemporal para el manual. Podemos poner como ejemplo lo que nos sucedió con el primer

manual de *Hablando de negocios*. En la primera edición del manual había un ejercicio, trabajábamos los pasados y la biografía de la persona que salía en este manual era Mario Conde. Mario Conde, para los más jóvenes voy a explicar, fue el símbolo del financiero de éxito en los años 80 y principios de los 90 en España, todo el mundo en el ámbito de los negocios quería parecerse a Mario Conde. Fue durante una época el hombre que se consideraba más sexy, más interesante, más todo en España. Recibió un doctorado honoris causa en España. Por lo que lo pusimos como ejemplo de biografía, el modelo del financiero español a lo que teníamos que querer llegar todos. Pocos años después, a Mario Conde lo detuvieron por un agujero financiero impresionante. Él llegó a ser Director de Banesto y terminó en la cárcel. En 1993 le destituyeron del cargo, primero el Tribunal Supremo le condenó a unos ciertos años y después lo elevó a veinte años de cárcel que cumplió en tercer grado. ¿Qué pasó?, nosotros teníamos ahí puesto como modelo de financiero a una persona que estaba cumpliendo una condena. Rápidamente tuvimos que realizar una nueva edición, tuvimos que cambiar este material por otro. Decidimos no arriesgarnos y no poner nombres, personas y encontramos la solución ideal: *Historia del billete*, atemporal completamente. Cuando elaboramos cualquier material para poner en un manual intentamos que haya el mínimo de nombres posibles excepto, evidentemente, biografías de gente que ya está reconocida, historias de empresas que ya pase lo que pase han demostrado una solvencia a lo largo de su historia.

Otro ejemplo, en el último manual que hemos sacado ahora, en la unidad de la banca, en lugar de poner otra figura como Mario Conde hemos puesto un producto financiero pero en el texto hemos quitado los nombres, entonces ponemos: «según el Director de mercados», ya no ponemos nombres. También utilizamos el participio: «en los últimos diez años» que también pues puede servir porque en los últimos diez años no sabemos cuándo empezó a contar, si fue hace treinta. Material, por tanto, que sea muy del momento puede ser interesante que esté en un manual pero nos

arriesgamos a la retención de este manual en las aulas o en el mercado. Por otra parte, como profesores muchas veces encontramos material, encontramos audiovisuales, encontramos que son muy interesantes a muchos otros niveles y nos arriesgamos a ponerlos también en el manual porque tienen un valor más allá de la temporalidad que pueda tener.

Otra diferencia que quería comentar con el aula y con el manual era la programación. Cuando nos planteamos tener un curso de determinadas horas planteamos una programación. El aula permite que la programación sea flexible. Me he encontrado muchas veces empezando con una programación y a medida que el curso se va desarrollando van surgiendo nuevas necesidades, se desarrolla por otros lados y terminas haciendo una cosa, no radicalmente distinta, pero en muchos casos diferente a lo que te habías planteado al principio. Por ejemplo, un curso que tenía de *marketing*, eran todos estudiantes de *marketing*, había gente que tenía ya experiencia como profesional del *marketing* y, evidentemente, pensé primero una programación generalista, el vocabulario de base del *marketing*. Al final resultó que dos de estas personas, uno había trabajado en *marketing* y trabajaba en la industria discográfica y otro en el cine independiente. Son dos temas que nunca se me hubiera ocurrido introducir en una programación de *marketing*, vocabulario de cine y vocabulario de música, pero es que, realmente, en un momento determinado ellos lo necesitaban, por lo que dedicamos un determinado tiempo de la clase a trabajar este tipo de vocabulario que también era para fines específicos.

Cuando haces un manual de alguna manera te obliga a que sea generalista dentro de los fines específicos, pero no puedes estar imaginando mil situaciones diferentes y la programación no puede ser variable, es rígida. Por tanto, también te obliga a pensarla mucho más porque una vez está hecha no vas a poder cambiarla y, en este sentido, el hecho de que existan las dos obras de referencias –el *Plan Curricular del Instituto Cervantes* y *el Marco Común de Referencia*- ayuda mucho a la hora de programar un manual de EFE de tipo generalista y a unificar. Aunque planteo una pregunta,

¿realmente vamos a programar todos de la misma manera? o ¿puede ser interesante empezar con una programación distinta?, a lo mejor, surge un pionero de la programación distinta y saca un manual que no siga las pautas de programación.

Y finalmente, ¿cuál sería el material polivalente? Polivalente en el sentido de que pueda utilizarse tanto en el aula como incluirlo en un manual:

1) Atemporal, ya lo hemos visto: biografías, ejercicios de léxico, gramaticales, historias de empresa, contenido, definiciones, cualquier tipo de material aparte para que las actividades puedan ser más o menos comunicativas sobre este material.

2) Que vaya dirigido a cubrir las necesidades básicas y generales del grupo, aunque este grupo sea de Español con Fines Específicos. Por lo tanto, siempre será la base, si tenemos un capítulo dedicado a la banca será la base y los productos bancarios más concretos del momento serán lo que tendremos que trabajar nosotros en la clase porque son productos efímeros.

3) Dirigido a un estudiante de español que, en principio, no tiene ninguna adscripción concreta a ningún grupo cultural. Por lo tanto, también un tipo de actividades y un tipo de materiales en donde se refleje una cultura más bien descriptiva y de tipo costumbre.

¿Cómo reflejar en un manual los valores culturales?¿Cómo reflejar en un manual dirigido a gente que no sabemos a qué cultural pertenece? y ¿cómo reflejar nuestros valores culturales, los difíciles, los que no se pueden describir, los que hay que vivirlos, los que, como dicen, te cuestan diez años en un país hasta que empiezas a captarlos?¿cómo lo hacemos? Esta es una pregunta que dejo abierta.