LA INTERCULTURALIDAD COMO EJE VERTEBRADOR DEL DISEÑO DE UN CURSO VIRTUAL DE ESPAÑOL DE LA BANCA

CRISTINA FUENTES SÁNCHEZ
ESTHER SANZ DEL CERRO
ANA VILLAR SARO
Fundación Comillas

RESUMEN

El Curso de Habilidades Orales para Ejecutivos del Sector Bancario aplica el concepto de enseñanza combinada (*blended learning*) al campo del Español con Fines Específicos. Se trata de un proyecto dirigido a ejecutivos bancarios que no disponen de mucho tiempo y que deben potenciar sus destrezas comunicativas. Así, se apuesta por un aprendizaje que combina el trabajo en la plataforma digital con cursos presenciales intensivos.

Los contenidos del curso virtual están diseñados para fomentar al máximo la interactividad gracias a la participación en los foros y *chats*. Por otro lado, la parte presencial se centra en reforzar las actividades de interacción oral. La interculturalidad, factor clave de éxito en un sector bancario fuertemente globalizado, es el eje vertebrador del curso.

1. Introducción

A principios de este año la Fundación Comillas se puso en contacto con nosotras para encargarnos el diseño de los contenidos del «Curso de habilidades orales para ejecutivos del sector bancario». Se trata de un proyecto de *blended learning* dirigido a un público potencial de nivel B2 según el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*. El objetivo principal que nos propusieron era dotar al estudiante de las estrategias y de los conocimientos necesarios para que pudiera desenvolverse en las diferentes situaciones comunicativas del contexto profesional en las que se encontrase.

Debíamos organizar el curso en tres unidades temáticas: las presentaciones de productos y/o servicios, las reuniones de trabajo y la comunicación oral intercultural. Las dos primeras responden a dos situaciones comunicativas muy concretas del ámbito profesional del ejecutivo bancario y la tercera incide en el hecho de la necesidad de dotar a los directivos de saberes interculturales para que puedan estar adecuadamente preparados para su actividad profesional. La enseñanza se dirige al desarrollo de las actitudes y destrezas necesarias para que el aprendiente pueda aplicar sus conocimientos y, así, ser independiente en sus acciones y más participativo en sus intervenciones.

Dado que la parte virtual está aún en fase de desarrollo, se han adaptado algunos de los materiales creados para la plataforma para los cursos presenciales. Esta moldeabilidad es una de las ventajas que ofrece el *blended learning*. Lo cierto es que estamos realmente satisfechas por el resultado pues hemos comprobado que los contenidos son útiles, efectivos y eficaces y que se pueden adaptar a las especificidades de cada alumno. Además, la experiencia práctica ha sido muy valiosa, ya que nos ha servido para optimizar algunas actividades y así perfeccionar el curso.

Una de las primeras cuestiones que tuvimos que afrontar fue cómo dar coherencia a los diferentes contenidos. Necesitábamos un hilo conductor

y ese ha sido la interculturalidad. Las razones de su elección son variadas y de diferente índole: por un lado se trata de uno de los principales factores que contribuyen al éxito profesional y por otro, forma parte de los contenidos y de los objetivos básicos de la enseñanza de idiomas. Por eso, aunque es el tema principal de la tercera parte del curso, nos pareció necesario que estuviera presente a lo largo de todo el mismo, vertebrándolo e interrelacionándose con los contenidos gramaticales y comunicativos, formando un todo integrado y funcional.

2. *Blended Learning*

El curso ha sido diseñado según el modelo de *blended learning*. Este término, traducido en algunas ocasiones como «educación flexible», «enseñanza semipresencial» o «formación mixta», hace referencia a un modo de aprender que combina la enseñanza presencial con la tecnología no presencial (Bartolomé, 2004: 5). La estructura del curso brinda muchas posibilidades. Está diseñado para desarrollarse en tres fases: una primera fase virtual de unas seis semanas, una segunda fase presencial cuya duración se adaptaría a las posibilidades del alumno y una tercera de seguimiento. Sin embargo, la versatilidad de este modelo permite al alumno seleccionar la fase que más le convenga en un momento dado. A lo largo de esta exposición veremos cómo estas fases se interrelacionan y se complementan, siempre buscando una enseñanza de calidad.

La clave del *blended learning* está en seleccionar los medios adecuados para cada necesidad educativa. Al combinar la enseñanza presencial con la tecnología no presencial, el abanico de técnicas de enseñanza y de recursos se amplía enormemente. La selección de los recursos que íbamos a introducir fue precisamente uno de los primeros pasos en el diseño del curso. Los criterios de decisión sobre qué recursos utilizar fueron fundamentalmente los siguientes: (1) las condiciones de la formación, a saber: duración del curso, nivel de partida, posibilidad de cursar únicamente

una de las fases, contenidos del curso, etc.; (2) los recursos disponibles; y (3) las características de los destinatarios: el tiempo disponible, nivel de partida, necesidades y estilo de aprendizaje, etc. Más adelante veremos qué recursos se han introducido finalmente en base a estos criterios, cuál es su funcionalidad y sus posibilidades de explotación.

Si pensamos en el perfil del grupo meta al que va dirigido y sus necesidades, entenderemos mejor cómo el *blended learning* es el modelo de organización del aprendizaje que mejor se adapta a ellos. Los ejecutivos del sector bancario, al igual que otros profesionales, son estudiantes con unas necesidades muy concretas que disponen, generalmente, de poco tiempo para dedicarle al aprendizaje de una lengua extranjera. Esta es la razón por la cual la demanda de los llamados cursos *on-line* ha aumentado. Hoy en día las empresas invierten en formación, sinónimo de calidad y uno de sus valores estratégicos fundamentales. El *e-learning* presenta cursos de duración variable en los que el alumno autogestiona su aprendizaje sin necesidad de desplazarse y se convierte así en una respuesta a las necesidades de formación de la carrera profesional de los ejecutivos. Hasta aquí todo sería perfecto, salvo por un detalle. Y es que parece ser que el *e-learning*, o más bien algunas de las expectativas que había creado este modelo, han fracasado. Extendería los límites de esta presentación a analizar en profundidad ambos modelos de organización del aprendizaje, únicamente cabe resaltar una de las deficiencias del sistema *e-learning* para entender la necesidad de adoptar otro modelo. El modelo de *e-learning* es ideal para aquellos estudiantes con un estilo de aprendizaje independiente, pero no para todo el resto de perfiles. No todos los estudiantes poseen las características necesarias para sacar adelante con éxito un curso basado en este modelo (separación física profesor-alumno, uso y dominio de medios técnicos, aprendizaje independiente, etc.). Con el modelo de *blended learning* se pretende cubrir esta laguna. Ofrecer la posibilidad de continuar su formación en un curso intensivo presencial, es apostar por el alumno, por el desarrollo de su destrezas comunicativas y por una enseñanza de calidad. Los contenidos que se presentan en ambas fases

han sido cuidadosamente seleccionados en función de las necesidades comunicativas de los ejecutivos, y asimismo, la metodología y los recursos utilizados, se adaptan a sus necesidades de aprendizaje.

3. El Español de la Banca

La creciente demanda de una enseñanza del español especializada por parte de personas que, sobre todo por su profesión pero también por sus aficiones, tienen unas necesidades concretas ha contribuido al enorme desarrollo que desde hace dos décadas están experimentando las llamadas *lenguas de especialidad*. Este Español para Fines Específicos se enmarca en sectores tan diferentes como son la Banca, los Negocios, el Turismo, la Salud, el Medio Ambiente, etc.

El estudio de una lengua de especialidad pretende desarrollar la competencia de manejarse en un contexto determinado, es decir, la enseñanza se centra en la situación meta en la que va a desenvolverse el aprendiente. Los planteamientos didácticos y la planificación de la enseñanza/aprendizaje se ajustan al establecimiento de las condiciones adecuadas para que el profesional adquiera y desarrolle las capacidades, habilidades y técnicas de comunicación empleadas en su ámbito profesional.

En sus inicios, esta nueva rama de la enseñanza del Español como Lengua Extranjera, se englobó bajo la denominación «Español para Fines Específicos». La evolución en sus procesos de enseñanza/aprendizaje ha llevado a establecer una división en dos grandes grupos para precisar el concepto: *Español con Fines Académicos* (EFA) y *Español con Fines Profesionales* (EFP). Pero, dado que no existe una delimitación clara y precisa, y ante la variedad de denominaciones existentes y la falta de acuerdo entre los especialistas acerca de su naturaleza Cabré y Gómez de Enterría han preferido adoptar el término *lenguas de especialidad* para referirse al «conjunto de recursos lingüísticos que forman parte del acervo de la lengua común, que también comparten con ella fonología, sintaxis y morfología, y

que presentan solo parcialmente algunas divergencias en el léxico» (Gómez de Enterría 2007: 154).

El Español de la Banca ha cobrado gran relevancia en los últimos tiempos debido al proceso de internacionalización de los grandes bancos españoles. Esto ha provocado que sus empleados tengan la necesidad de aprender español para participar en reuniones, comunicarse con sus compañeros de la central o manejar documentación. No olvidemos que en estas corporaciones financieras el español es la lengua oficial.

En Internet hay disponibles actividades y materiales sobre el Español de la Banca, como pueden ser fichas de actividades de la Didactiteca del Centro Virtual Cervantes[1]. Asimismo, podemos encontrar artículos sobre la aplicación de las Nuevas Tecnologías a la enseñanza del Español de la Banca como el de Higueras (2000) que, además de propuestas concretas de actividades sobre el Banco de España, incluye algunas guías sobre cómo preparar material sobre este tema con ayuda de Internet.

El Español de la Banca aparece como un apartado dentro de numerosos manuales de Español de los Negocios: *En equipo.es, Es negocio, Trato hecho* o *Hablando de negocios* y también de *DILE*, un curso interactivo multimedia de Español para los Negocios. Sin embargo, en el mercado editorial no abundan los materiales dedicados exclusivamente al Español de la Banca, con excepción del libro de Blanca Aguirre *El español por profesiones: servicios financieros, banca y bolsa* (SGEL, 1993).

Aún queda mucho por hacer en relación a los trabajos y materiales relacionados con esta especialidad. Además, sería necesaria la elaboración de un currículo sobre el Español de la Banca que seleccionase y secuenciase exhaustivamente por niveles los contenidos y funciones que deben enseñarse

[1] Se pueden ver en: <http://cvc.cervantes.es/AULA/didactired/didactiteca>. Entre ellas destacan: «De bancos y servicios» y «Servicios bancarios en español», de Josefa Gómez de Enterría; y «Las cuentas claras: Informe anual del Banco de España» y "Bancos a la carta", de Ane Muñoz Varela.

en este ámbito específico, similar al *Plan Curricular del Instituto Cervantes*. Esto permitiría un gran avance en la estandarización de esta enseñanza.

4. La interculturalidad en el mundo de la banca

Los tímidos inicios del proceso de internacionalización de los bancos españoles no hacían presagiar la intensidad que ha ido adquiriendo en las dos últimas décadas. Las estrategias defensivas y los reducidos volúmenes de recursos y riesgos iniciales fueron dando paso a una imparable internacionalización que aún continúa y que ha convertido dicho proceso en la base del crecimiento de la gran banca española.

La maduración del negocio, el estrechamiento de márgenes y la elevada competencia que existe entre las entidades en el mercado doméstico ha llevado a algunas de ellas a comprar bancos en Latinoamérica y en Europa. Han exportado sus plataformas tecnológicas, su capacidad de gestión y su visión del negocio bancario, buscando aprovechar el potencial de crecimiento que ofrecen algunos países menos bancarizados o buscando una mayor diversificación del riesgo.

Los protagonistas de este proceso de internacionalización se han convertido en entidades multinacionales, con un tamaño del activo muy elevado y una capitalización bursátil que los sitúa entre los diez primeros del ranking europeo. Además, el hecho de que el modelo de banca española esté muy centrado en el negocio comercial, sin riesgos de hipotecas *subprime*, ha sido muy beneficioso ante la reciente crisis.

Como consecuencia de este nuevo entorno laboral, la multiculturalidad se ha convertido en una característica de los equipos en los contextos multinacionales en que se desarrollan las actividades bancarias. Los directivos deben estar preparados de manera adecuada para su actividad profesional ya que, en el mundo de las finanzas, un malentendido intercultural realmente puede perjudicar más a la buena marcha de una relación comercial que un problema de competencia lingüística. En este

contexto profesional, esto significa que un negocio, una venta o una asociación podrían verse seriamente perjudicados. Además, a mayor competencia lingüística, mayor se considerará el error cometido.

Los malentendidos en el ámbito de las negociaciones interculturales se apoyan en que el trasfondo cultural nacional es la explicación de actitudes, actuaciones y percepciones divergentes ante un mismo hecho entre dos o más individuos de diferentes nacionalidades. Hay que tener presente que la cultura actúa sobre la comunicación y que las prácticas sociales de una comunidad se reflejan en su forma de comunicarse. Los valores de la cultura nacional moldean los comportamientos de las personas, quienes a su vez conforman las culturas de las organizaciones que afectan a todas sus relaciones laborales.

Es imprescindible un entendimiento entre culturas para así poder conseguir una comunicación intercultural efectiva. La comunicación intercultural resulta de la interacción de hablantes de lenguas y culturas diferentes que han sido capaces de superar sus diferentes marcos de conocimiento para satisfacer eficazmente sus necesidades comunicativas. La formación intercultural es un requisito para los ejecutivos y directivos bancarios que se han convertido en ciudadanos del mundo y deben ser capaces de relacionarse y trabajar en equipos multiculturales.

La mayoría de las personas aprenderá la competencia intercultural durante sus estudios de lenguas extranjeras o a lo largo de su carrera profesional: solo los miembros de familias biculturales o los alumnos de escuelas internacionales tienen la posibilidad de adquirirla en sus procesos de primera o segunda socialización (Oliveras, 2000, 106). Resulta evidente que un contexto idóneo para su aprendizaje es el aula de lengua extranjera, siempre que en la misma se introduzcan las dos culturas: la del docente y la del discente, para así conseguir una auténtica aula intercultural. Promover la capacidad de enfrentarse a los encuentros interculturales es, incuestionablemente ya, uno de los principales objetivos de la enseñanza de lenguas extranjeras.

5. Presentación del curso

La secuenciación ideal del curso es realizar en primer lugar las actividades de la plataforma virtual. A continuación asistir al curso intensivo presencial en el que se reforzarán los contenidos virtuales y se potenciarán la destreza oral y la interacción. Además, esta fase cuenta con una de las principales bazas del curso: los participantes tendrán la oportunidad de celebrar un encuentro con ejecutivos de su misma empresa y así valorar la utilidad real de todo lo aprendido. La tercera y última fase consiste en un seguimiento o tutorización virtual en la que el alumno continuará trabajando de forma autónoma y recibiendo *feedback* por parte del tutor.

A continuación se incluye una muestra de la tipología de actividades que hemos diseñado para cada fase. El tema elegido es «Presentaciones orales en público» por ser el que hemos desarrollado ya en la parte presencial, lo que nos permitirá trasladar una visión más global de todo el curso.

5.1. Fase virtual

Vamos a presentar el tema de los agradecimientos en una conferencia. Comenzamos con una reflexión sobre interculturalidad, haciendo que el alumno piense cuándo son adecuados los agradecimientos y si su cultura es diferente de la española. Les proponemos un texto relacionado con la forma de mostrar agradecimiento en nuestra cultura y planteamos a los alumnos las siguientes cuestiones, a las que deberá dar respuesta en el foro:

- ¿Cree que es importante dar las gracias a los organizadores de una conferencia?
- ¿Qué momento le parece más adecuado, al principio, al final o al principio *y* al final?
- ¿Cómo es en su país?
- ¿Qué diferencias puede haber con España?

Uno de los elementos más destacables de la plataforma será el foro, que resulta de gran interés para abordar los temas interculturales. Puesto que el objetivo de estas actividades es que se reflexione y se comparta información, los alumnos deben disponer de un espacio que facilite dicho intercambio. El foro resulta muy práctico porque cada participante puede conectarse en el momento que desee y añadir su aportación. En este caso, el profesor actúa como moderador y reconduce el tema si los alumnos se alejan de él. Otra de las opciones que contemplamos para abordar estos temas es la convocatoria de un *chat*. Esta herramienta impone ciertas limitaciones, ya que los alumnos tendrían que encontrarse en un huso horario similar y el profesor debería convocarlo con el tiempo suficiente para que participara el mayor número posible de alumnos. En cualquier caso, el uso de estas dos herramientas, por separado o en combinación, permiten una interacción muy positiva para los alumnos. Naturalmente, también se puede encomendar al participante que redacte un texto con sus reflexiones y así realizar un trabajo más individual. La ventaja de este curso es que puede adaptarse a las diferentes situaciones.

Por supuesto, el curso no desatiende el contenido lingüístico y muchas de las actividades tienen como objetivo reforzar los conocimientos léxicos y gramaticales. Para los primeros, planteamos ejercicios de opción múltiple, de definiciones, de relación, etc. Los aspectos gramaticales vienen dados a través de unos cuadros que hemos llamado «Recuerda». Como complemento, los estudiantes cuentan con un acceso directo a un glosario de términos y a un compendio gramatical que les permitirá resolver dudas más concretas. Asimismo, siempre cuentan con el tutor al otro lado del correo electrónico. Este podrá contestar a sus cuestiones e incluso proponerle otras actividades de refuerzo. Veamos un ejemplo de cómo se plantea el léxico y la gramática en este tema de agradecimientos:

¿Cuáles de estas expresiones sirven para mostrar agradecimiento?

[El alumno pincha sobre las que son correctas]

Dar las gracias.
Ser gracioso.
Expresar mi agradecimiento.
Mostrar mi agradecimiento.
Ser gratificante.

Ahora, fíjese en la estructura de los agradecimientos.

Me gustaría **dar las gracias** a la organización **por invitarme.**
Exp. agradecimiento **Por + inf.**

También, en lugar de una expresión de agradecimiento, podemos usar el verbo **agradecer**. En ese caso, la estructura de la frase cambia:

Me gustaría **agradecer** a la organización **su invitación**
V1 C.Directo
Me gustaría **agradecer** a la organización que me **haya invitado**
V1 Subjuntivo



Usamos el Pretérito Perfecto de Subjuntivo cuando hablamos de una acción pasada y terminada referida al presente:
Me gustaría agradecer a la organización que **me haya invitado**
Ahora Antes

5.2. Fase presencial

En los cursos presenciales se dará especial relevancia a la interacción oral, ya que es la que menos puede practicarse virtualmente. Además, esta parte tiene marcada una tarea muy precisa. Siguiendo con el tema propuesto, el alumno deberá elaborar una presentación oral real que ofrecerá a otros ejecutivos, preferentemente de su mismo rango y competencia. Esto supone un gran aliciente para la ejecución de la tarea, ya que el alumno deberá elegir un tema que resulte relevante para su público

meta. Asimismo, se pone en práctica la competencia intercultural, pues este intercambio sirve para contrastar prácticas y costumbres propias de cada cultura. Es importante que, en esta fase, el alumno tenga ya una idea más o menos clara de cuál será el tema que aborde en su presentación. Les vamos a mostrar un ejemplo de secuenciación de actividades relacionadas con el *arranque* de una presentación oral.

La práctica comienza con la proyección de un pequeño vídeo extraído del programa de televisión Buenafuente[2], que invita al alumno a reflexionar sobre cuál es la mejor forma de iniciar una presentación, qué espera el público español del conferenciante y, sobre todo, por qué es necesario tener siempre presente quién es el público meta de nuestra intervención. A continuación se realiza una actividad muy dinámica que parte de la lectura de un texto. Para que el alumno se centre en el tema abordado y active el vocabulario necesario le proponemos la siguiente preactividad:



3.1. Vamos a leer un texto sobre presentaciones orales. Tanto la fotografía como las palabras clave anteriores nos dan pistas sobre su contenido. ¿De qué cree que trata el texto exactamente? Formule sus hipótesis.

Cuando los alumnos han expuesto sus hipótesis se procede a la lectura del texto «¿Sabrías vender tu producto en 5 minutos?», en el que se destaca la importancia de la primera impresión y de las primeras frases para que una venta o presentación en público tengan éxito. Este texto nos sirve como base para mostrarle al alumno que una presentación puede iniciarse con una pregunta retórica, una afirmación directa o un eslogan, acompañados de los exponentes lingüísticos y las funciones gramaticales correspondientes. La

[2] Ver en: <http://www.youtube.com/watch?v=BW19nZtDmA0>

tarea del alumno es pensar en una posible forma de apertura para su presentación de acuerdo con lo aprendido y elegir cuál sería la más adecuada en su caso. En los siguientes cuadros podemos ver cómo se han planteado estas actividades:

3.5 Como acabamos de ver, el arranque de la presentación es vital para captar el interés del público. Para ello, contamos con una serie de recursos lingüísticos:

❶ **Una afirmación directa:** *"Nuestro nuevo programa va a cambiar la forma de afrontar la movilidad geográfica de nuestros directivos."*

Lo que hacemos es expresar una intención. Podemos usar las siguientes estructuras:

La intención:

- Ir a + infinitivo = presentamos la cuestión como algo definitivo
  Este producto va a terminar con las dudas de los inversores

- Pensar + Infinitivo = presentamos la cuestión como algo decidido
  Pensamos terminar con las dudas de los inversores gracias a este nuevo producto

- Presente de Indicativo = anunciar algo ya previsto o programado
  Con este nuevo producto las dudas de los inversores desaparecen

Ahora piense en cómo podría "arrancar" la Introducción de *su* presentación con una afirmación directa:

_____

_____

❷ **Una pregunta retórica:** *"¿Sabían que lo que más preocupa a nuestros directivos cuando tienen que trasladarse fuera de España no es el idioma sino los problemas relacionados con la mudanza y el desplazamiento? Nosotros nos encargamos de todo".*

Nuestra pregunta no es una petición de información sino todo lo contrario: nuestro objetivo es proporcionar la información por la que preguntamos. Lo que queremos es generar inquietud en la audiencia, hacerla pensar:

Preguntas retóricas:

Se pueden formular como cualquier pregunta directa:

- frase en su orden normal:
  ¿Han oído hablar de un producto con tanta rentabilidad como este?
- interrogativo + frase en su orden normal:
  ¿Cuándo han recibido unos intereses del 12% por su inversión?

O introducirlas con el verbo **saber** (en Presente o en Pto. Imperfecto), con lo que se hace más explícito su carácter de pregunta retórica:

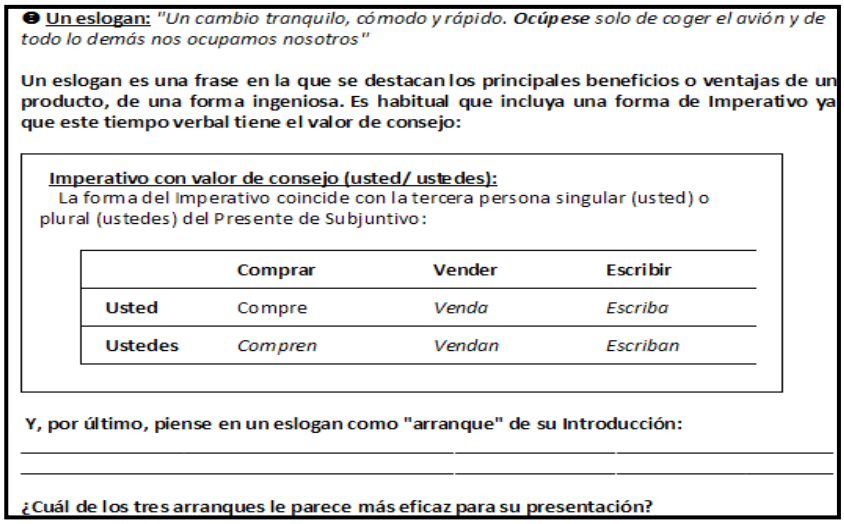
- ¿Saber + que...?

¿Saben que los inversores están buscando nuevos productos para recuperar su confianza en el mercado?

Transforme el "arranque" de su Introducción en una pregunta retórica:

_____

_____



❺ **Un eslogan:** *"Un cambio tranquilo, cómodo y rápido.* ***Ocúpese*** *solo de coger el avión y de todo lo demás nos ocupamos nosotros"*

Un eslogan es una frase en la que se destacan los principales beneficios o ventajas de un producto, de una forma ingeniosa. Es habitual que incluya una forma de Imperativo ya que este tiempo verbal tiene el valor de consejo:

Imperativo con valor de consejo (usted/ ustedes):
La forma del Imperativo coincide con la tercera persona singular (usted) o plural (ustedes) del Presente de Subjuntivo:

	Comprar	Vender	Escribir
Usted	Compre	*Venda*	*Escriba*
Ustedes	*Compren*	*Vendan*	*Escriban*

Y, por último, piense en un eslogan como "arranque" de su Introducción:

¿Cuál de los tres arranques le parece más eficaz para su presentación?

Estas actividades de la fase presencial nos permiten abordar aspectos concretos del tema de las presentaciones de una forma interactiva para los alumnos. El arranque es tan solo una parte de todas las actividades pertenecientes a este tema. En cada una de ellas el alumno va estructurando su tarea final, es decir, la presentación en público. Para esta última parte, la presencia del profesor es fundamental. Una de sus ventajas es el poder grabar la presentación en vídeo para que posteriormente el alumno pueda autoevaluarse. El profesor preparará también la evaluación, que se contrastará con las propias observaciones del alumno sobre aspectos como el lenguaje no verbal, el tono y volumen de voz utilizados, la adecuación de los recursos lingüísticos, la forma de captar y mantener el interés del público y otros aspectos a mejorar relacionados con las competencias comunicativas.

5.3. Fase de seguimiento

Cuando el alumno ha finalizado el curso de la plataforma y ha asistido a la fase presencial, es importante que siga motivado y decidido a mejorar sus capacidades lingüísticas y comunicativas en español. Para ello, recibirá periódicamente un correo electrónico de su tutor con recomendaciones de ejercicios, lecturas, películas, páginas web y otros

recursos. El objetivo de esta fase es que el alumno conserve su interés por la lengua y la cultura españolas y descubra también las ventajas del autoaprendizaje tutorizado.

6. Conclusiones

Este modelo de curso resulta ideal para profesionales de alto rango con poca disponibilidad de tiempo. En primer lugar, la fase virtual les imbuye en los diferentes temas del Español de los Negocios de una forma flexible y adaptable a cualquier horario. Esta fase también nos permite conocer el perfil del alumno, sus intereses y sus motivaciones. Posteriormente, se le brinda la oportunidad de potenciar los conocimientos adquiridos y desarrollar las habilidades orales en un curso intensivo. La motivación se incrementa al saber que el trabajo que realicen durante las clases presenciales deberá ser expuesto y valorado, no solo por el tutor y los compañeros, sino también por parte de otros profesionales de rango similar que podrán aportar la dimensión real tan deseable en este tipo de cursos. Por último, el alumno sabe que el final del curso no supone una despedida, sino que podrá contar con el apoyo del tutor para continuar con un aprendizaje más independiente, aunque siempre acompañado.

La experiencia práctica ha resultado un éxito. Los alumnos han podido detectar inmediatamente las ventajas de este modelo por sus satisfactorios resultados. En las valoraciones posteriores han afirmado su deseo de repetir la experiencia, lo cual nos llena de orgullo.

Bibliografía

AGUIRRE BELTRÁN, Blanca (2000): «El español para la comunicación profesional. Enfoque y orientaciones didácticas», *Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos,* Ámsterdam: 34-43.

BARTOLOMÉ, Antonio (2004): «Blended Learning. Conceptos básicos», *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación, 23*, 7-20. [en línea] <http://www.lmi.ub.es/personal/bartolome/articuloshtml/04_blended_learning/documentacion/1_bartolome.pdf>

BYRAM, Michael (2001): *Perspectivas interculturales en el aprendizaje de idiomas: enfoques a través del teatro y la etnografía,* Madrid: Cambridge University Press.

CABRÉ, Mª. Teresa y Josefa GÓMEZ DE ENTERRÍA (2007): «El Español Lengua de Especialidad (ESLE) » en *Revista RedELE nº 9.* [en línea] <http://www.mepsyd.es/redele/revista9/ESLE.pdf>

CALVI, Maria Vittoria (2003): «El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos», *Actas del II Congreso Internacional del Español para Fines Específicos,* Ámsterdam: 107-122.

CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación.* Instituto Cervantes para la traducción en español, Madrid: Grupo Anaya.

GESTELAND, Richard (2006): Cross-cultural business behaviour. Negotiating, sourcing, selling and managing across cultures. 4th edition, Copenhague: Copenhagen Business School Press.

GIL, Gonzalo (2005): Internacionalización de la banca española. [en línea] <http://www.bde.es/webbde/es/secciones/prensa/intervenpub/archivo/gonzalo_gil/sub240605.pdf>

GÓMEZ DE ENTERRÍA, Josefa (2007): «La enseñanza del español con fines específicos», Manel Lacorte (coord): *Lingüística aplicada del español*, Madrid: Arco/ Libros, 149-181.

HALL, Eduard T. (1978): *Más allá de la cultura,* Barcelona: Gustavo Gili.

HALL, Eduard T. (1990): *The silent language,* Nueva York: Anchor Books.

HAMPDEN-TURNER, Charles y Fons TROMPENAARS (2000): *Building Cross-Cultural Competence*, Londres: Yale University Press.

HIGUERAS, Marta (2000): «Cómo elaborar material para Internet para la enseñanza de español con fines específicos», *Actas del I Congreso*

Internacional de Español para Fines Específicos, Ámsterdam: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consejería de Educación y Ciencia en Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo, 75-85.

HOFSTEDE, Geert (1991): *Cultures and organizations. Intercultural cooperation and its importance for survival. Software of the mind,* Nueva York: McGraw-Hill International.

van HOOFT, Andreu y Hubert KORZILIUS (2000): «La negociación intercultural. Un punto de encuentro. La relación del uso de la lengua y los valores culturales», *Actas del I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos,* Ámsterdam, 44-56.

IGLESIAS CASAL, Isabel (2003): «Construyendo la competencia intercultural: sobre creencias, conocimientos y destrezas», *Carabela,* vol. 54, Madrid: SGEL, 5-29.

INSTITUTO CERVANTES (2007): *Plan Curricular del Instituto Cervantes, Niveles de referencia para el español,* Madrid: Edelsa, Grupo Discalia S.A.

CENTRO VIRTUAL CERVANTES: Diccionario de términos clave de ELE [en línea] <http://cvc.cervantes.es/ensenanza/diccio_ele/>

OLIVERAS, Ángels (2000): *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera. Estudio del choque cultural y los malentendidos*, Madrid: Edinumen.

DE PABLO SEGOVIA, Gustavo (2009): *Propuesta de aplicación del blended learning al español de la banca* (Memoria de máster inédita).

SIERRA FERNÁNDEZ, Mª Pilar (2007): «Estrategias de internacionalización de la gran banca española», *Pecunia*, nº 5, León: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de León, 229- 272.