Contextualizar el estilo indirecto a través de situaciones concretas. El juego de la comunicación de empresa: un caso práctico

Noelia María Ramos González
Università degli Studi del Molise

FICHA DE LA ACTIVIDAD

1. Objetivos:

- Practicar la transformación de diálogos en textos narrativos, relatar lo que otra persona ha dicho en presente y en pasado, e identificar las diferencias entre oraciones declarativas, órdenes, preguntas y sugerencias.
- Trabajar con los cambios más frecuentes: verbos, pronombres personales, adverbios de lugar y tiempo, demostrativos y posesivos.
- Aumentar el conocimiento y manejo de los términos de comunicación empresarial.
- Desarrollar la expresión oral, y la creatividad de los alumnos a través de casos prácticos.

2. Nivel específico recomendado: B2 / C1 (MCER).

3. Tiempo: aproximadamente dos sesiones de 30 minutos cada día, dependiendo del número de grupos.

4. Materiales: fichas de posibles empresas y diccionarios.

5. Dinámica: Técnica *Role Playing*, grupos de 4 personas mínimo.

1. INTRODUCCIÓN

La primera parte de este documento se ha dedicado a plantear la propuesta de trabajo en sí, es decir, se expone en qué consiste y cómo se puede llevar a cabo en clase; ofreciendo unas pautas que puedan servir de guía o apoyo a otros profesores que consideren oportuno aplicar «el juego de la comunicación de empresa» en sus clases.

En la segunda parte, se ofrece información de cómo surgió la idea y cuáles fueron las premisas que llevaron a la creación de esta actividad. También se expone cómo ha sido su desarrollo en la clase, la reacción de los alumnos y algunas conclusiones que se han obtenido (errores frecuentes, etc.).

2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

A. La actividad se inicia con un repaso de la diferencia entre estilo directo e indirecto, cuándo se utiliza uno y otro, y cuáles son los cambios más frecuentes que se producen cuando transformamos del directo al indirecto.

B. Una vez recordada la estructura del estilo directo e indirecto, el profesor pasa a dividir la clase en grupos de 4 personas (como mínimo), para explicar después en qué consistirá «el juego de la comunicación de empresa».

C. La actividad consiste en que los alumnos, en este caso concreto los de la Facultad de Economía, contextualicen el estilo directo e indirecto, y en este sentido, puedan utilizarlos en el día a día dentro de una empresa.

Para esto, el profesor entrega una ficha con el nombre de un tipo de empresa diferente y un caso para desarrollar (p. ej.: la fábrica de automóviles, tipo Fiat, tiene problemas con el departamento de ventas en España porque no da beneficios) a cada uno de los grupos; después, deberán especificar cómo está organizada su empresa, es decir, realizar el organigrama, adaptándola también al número de componentes del grupo. La empresa contará, al menos, con la figura del presidente y del gabinete de comunicación, pudiendo variar el resto, como un departamento de comercio exterior, de ventas, un representante de una empresa de habla hispana que colabora con la empresa...; dependiendo de las necesidades del caso y de la imaginación de los chicos.

Ejemplo: GRUPO CARRAMBA: empresa de transportes nacionales e internacionales. Tiene un problema con sus empleados: amenazan con una huelga si no les suben el sueldo.

- Presidente: Sr. Ramírez.
- Representante sindical de los empleados: Sr. García.
- Gabinete de comunicación: Sra. Gil.

– Departamento de comercio exterior: Sr. Cifuentes.
– Proveedor de empresa de habla hispana: Sr. López.

E. Dar, recibir y transmitir las órdenes que nos han comunicado. Cada uno de los componentes del grupo asume uno de los roles preestablecidos en el organigrama, ya sea de presidente, gabinete de comunicación, etc., para transmitir frases en estilo directo o indirecto, según proceda, al resto de los componentes como si se tratara de una verdadera empresa, con el fin de resolver el problema expuesto.

F. Una vez que esté más o menos elaborado el discurso, y los componentes del grupo lo estimen oportuno, el profesor graba a cada uno de los equipos. Al día siguiente, se escucha, y entre todos, se corrigen los errores a modo de *feedback*, induciendo la regla correspondiente.

Además, la actividad se puede completar volviendo a retomar el discurso grabado para repetir los textos, pero esta vez hablando del pasado. De este modo, los alumnos podrán repasar cómo se produce la correlación de tiempos, y comprobar cuáles son los cambios más frecuentes: verbos, pronombres personales, adverbios de lugar y tiempo, demostrativos y posesivos.

3. EL CASO: EXPERIENCIA CON LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE

En esta parte, se explicará cómo se ha llevado a cabo el juego de la comunicación en el aula con alumnos de la Facultad de Economía de la Università degli Studi del Molise en Italia; se comprobará cuáles han sido los errores más frecuentes que se han encontrado entre los estudiantes universitarios italianos de Economía; y, por último, se presentarán algunos de los recursos que se pueden utilizar para que los alumnos se sientan motivados y familiarizados con el mecanismo.

3. 1. El inglés como icono de la economía, ¿y el español?

En primer lugar, para poder comprender mejor cómo ha sido mi experiencia con los alumnos de la facultad de Economía de la Università degli Studi del Molise en Italia, y el porqué considerar necesario contextualizar el estilo directo e indirecto en la clase, les invito a partir de la siguiente premisa que está generalizada: «En el ámbito de la economía (y en este sentido también mis alumnos lo pensaban), si se relaciona algún idioma con el mundo de los negocios, ese es el inglés, siendo considerado como el único idioma útil para este sector».

Preguntados al respecto los alumnos, se llega a la conclusión de que los únicos realmente sinceros eran los que consideraban que la lengua española solo era útil para hacer turismo. En la mayoría de los casos, la habían elegido, sobre todo, para conocer la letra de las canciones hispanas de moda en ese momento.

Por lo demás, a pesar de las fusiones, compras y otros acuerdos entre conglomerados empresariales españoles e italianos (como Telecom, Telefónica, Endesa, Gas Natural, Santander...), una posible utilidad dentro del mundo económico-laboral no era considerada.

Cabe señalar que el idioma español es una optativa más dentro de su plan de estudios, (en el que pueden elegir otros idiomas, u otras materias, ya que el inglés es obligatorio) y que cuentan con un número no superior a las 60 horas lectivas, donde los alumnos pueden llegar a un nivel A2- B1 con bastante esfuerzo por parte de todos.

3. 2. La importancia de contextualizar

Fue por lo mencionado anteriormente, por lo que poco a poco, en las explicaciones de gramática, y sobre todo en los ejercicios, fui incluyendo algo de vocabulario económico básico en español (este pasaba de *huelga*, *jefe* y *salario*, a *contabilidad*, *presupuestos*...). Pero fue sobre todo a la hora de introducirles en el estilo directo e indirecto, cuando me di cuenta de la importancia del contexto para que los alumnos comprendieran para qué les puede servir el español y cómo lo pueden utilizar en su futuro. Esto fue decisivo, no solo para que se me ocurriera este tipo de recurso, sino también para que ellos se sintieran motivados a la hora de realizar la actividad: «el juego de la comunicación de empresa».

A través de este juego, los alumnos crean un contexto adecuado en el que se sienten obligados a utilizar ambos estilos, tanto el directo como el indirecto, y también pueden ver la utilidad práctica del español en un mundo de economía global donde el inglés puede que no baste.

Antes de iniciar con el juego, se explicó el estilo indirecto y nos pusimos a realizar los ejercicios de seguir el modelo; se comprueba que los errores eran variados y que el procedimiento era muy mecánico, por lo que no les favorecía la reflexión. Así que decidí poner en práctica la actividad. Comencé por elaborar para cada uno de los grupos unas fichas que contenían un tipo de empresa y un caso que había que desarrollar, es decir, un problema dentro de cada empresa.

Algunas fichas:

- **Carramba S.L.** Empresa de transportes nacionales e internacionales. Tiene un problema con sus empleados: amenazan con una huelga si no les suben el sueldo.
- **Salsipuedes S.A.** Empresa de productos lácteos. Tiene un problema con el departamento de comercio exterior porque no logra vender leche en China.

– **Parlofrío S.A.** Empresa de productos congelados. Tiene un problema con sus proveedores argentinos porque quieren cobrar más dinero por la carne que venden.
– **Cochena S.A.** Fábrica de automóviles. Tiene un problema con el departamento de ventas en España, porque no da beneficios.

Una vez repartidas las fichas, se divide la clase en grupos de trabajo de cuatro personas. Los grupos establecieron cómo estaba organizada su empresa y entre ellos se dividieron los roles, cada alumno tenía que ser un personaje.

Ejemplo: Grupo Parlofrío- Responsable de producción (Cristina)

– Presidente (Alessio)
– Dep. de ventas (Carmela)
– Oficina de exportaciones (Michela)

Establecidos los grupos y el organigrama, cada uno de los equipos se reunió y elaboró un diálogo simple (sobre todo dado el bajo nivel de español) en estilo directo en el que planteaba el problema de la empresa y, posteriormente, trataba de buscar, entre todos sus miembros, una posible solución para resolverlo.

Ejemplos de clase: (el texto es tal y como lo han presentado, he subrayado algunas partes que parecían interesantes para analizarlas con el grupo en clase)

1. Grupo Carramba (estilo directo)

Reunión de la empresa con los directivos:

– TODOS: ¡Buenos días señor Presidente!
– PRESIDENTE (Chiara): ¡Buenos días! Vosotros me habéis llamado para una reunión. ¿Cuál es vuestro problema?-
– REPRESENTANTE SINDICAL (Tiziano): Sus empleados quieren un aumento de sueldo.
– DEPARTAMENTO DE PERSONAL (Noemi): Entonces, en realidad el problema es que el sueldo no es adeguado a las horas de trabajo.
– DEP. DE CONTABILIDAD (Paola) : Señor presidente, yo creo haber gestionado bien el budget de la empresa.
– DEPARTAMENTO DE PERSONAL (Noemi): ¿Pero, están calculadas bien las horas de trabajo de los empleados?.
– RESPOSABLE SINDICAL (Tiziano): ¡No! El calculo no es verdadero.Si no subís el sueldo nosotros amenazamos huelga.
– PRESIDENTE (Chiara): bueno, la reunión está serrada. El departamento de contabilidad tiene que controlar el budget y después vemos.

2. Grupo Parlofrío (estilo directo)

- RESPONSABLE DE PRODUCCIÓN (Cristina): Tenemos un problema que queremos resolver: hay que cobrar más dinero por la carne que vos proven.
- PRESIDENTE (Alessio): Vale, tengo que hablar con el responsable de ventas para buscar un acuerdo. ----------
- PRESIDENTE (Alessio): Señora Julia, responsable de ventas, quiero saber cuantos ganamos de la venta de la carne, porque el proveedor quiere cobrar más dinero.
- DEPARTAMENTO DE VENTAS (Carmela): no os podemos dar más porque no tenemos fondos, el presupuesto no lo permite.
- PRESIDENTE (Alessio): Vale, ahora yo hablo con la oficina de exportaciones para buscar otro acuerdo más barato.----------
- PRESIDENTE (Alessio): Señora Marisol, como responsable de exportaciones, yo creo que debemos aumentar las ventas.
- OFICINA DE EXPORTACIONES (Michela): ¡Esto es una buena solución!. Podemos aumentar nuestros clientes, ampliando el mercado de ventas, para ganar el dinero que falta y pagar a los proveedores.

Después de practicar el estilo directo, los alumnos tenían que practicar el estilo indirecto simulando la existencia en su empresa de un gabinete de comunicación que tenía que trasladar al resto de la empresa lo que había sido tratado en la reunión o cómo había sido resuelto el problema planteado. En la clase, dentro del grupo, dado el bajo nivel, todos colaboraron para poder escribir sin muchos errores lo que tenía que emitir el gabinete de prensa.

Ejemplos de estilo indirecto:

1. Gabinete de prensa Grupo Carramba: Ayer mañana el Presidente de la empresa Carramba ha tenido una reunión con el departamento de personal, el representante sindacal y el departamento de contabilidad. Después una larga conversación ha dicho que el departamento de contabilidad tiene que controlar el budget de la empresa para aumentar el sueldo de sus empleados.

2. Gabinete de prensa Grupo Parlofr**í**o: Esta empresa de productos congelados tiene un problema: los proveedores argentinos han preguntado de cobrar más dinero por la carne que se vende al Presidente de la empresa. El presidente ha buscado un acuerdo con el responsable de ventas, pero el responsable ha dicho que no hay fondos porqué el presupuesto no es muy bueno. L'acuerdo se ha encontrado con la oficina de exportaciones, aumentando el mercado de ventas.

3. Gabinete de prensa Grupo Cochena: Esta mañana hemos encontrado un problema con el departamento de ventas en España . El Presidente ha dicho que cuál es el problema, y le han dicho que no reciben el mismo beneficios que en Ita-

lia. El Presidente ha dicho porque. Ellos han informado porque los clientes quieren novidades y nuevas tecnologías, y los coches son demasiados caros respecto a la competencia. Entonces el presidente ha dicho que podemos vender coches con el mismo precio, pero ofreciendo más opciones, nuevos colores y nuevos materiales.

4. Gabinete de prensa Grupo Salsipuedes: hoy dos de mayo del año 2007, la empresa de productos lácteos Salsipuedes ha tenido una conferencia para resolver el problema con el departamento de comercio exterior porque no logra vender leche en China. El director del departamento de comercio exterior ha dicho que han recibido una oferta mejor de Suiza. El presidente ha decidido de bajar el precio y mantener relaciones con China.

Finalmente, todo esto se registró con la grabadora y juntos, al día siguiente, identificamos cuáles habían sido los errores de cada grupo. No pudimos volver a retomar el discurso grabado para repetir los textos hablando del pasado, ya que mis alumnos no disponían del dominio de la lengua necesario.

4. CONCLUSIONES

Por último, cabe señalar algunos de los comentarios y conclusiones a las que llegamos juntos, cuando escuchamos las grabaciones y vimos los textos:

- Utilizaban siempre el presente porque temían equivocarse con el pasado.
- Les faltaba vocabulario: lo suplían *españolizando* términos italianos. O utilizando palabras en inglés cuando en español existe su equivalente.
- Tenían problemas a la hora de plantear hipótesis en el estilo indirecto, y utilizaban solo la obligación.
- Tenían dificultades con el significado de verbos como: preguntar/pedir; buscar/encontrar.
- Los usos del por qué/porque…
- No dominaban los complementos directos o indirectos, sobre todo porque no eran capaces de identificar qué tipo de verbo usaban.
- Se equivocaban con los verbos con preposiciones.
- Utilizaban las mismas estructuras (ha dicho) para las respuestas en estilo indirecto.
- Solo podían acentuar las palabras que habían estudiado, y no reconocían ni usaban la tilde diacrítica.

Por lo tanto, el trabajo se puede considerar como positivo, ya que los alumnos han podido ver cuáles son los errores más frecuentes y corregirse a sí mismos, y sobre todo, porque a través del estilo indirecto han podido corroborar cuál podría ser la utilidad del español que están estudiando en su futuro.

Cabe señalar que este tipo de actividad se podría desarrollar de igual modo con otro tipo de alumnos universitarios, y no necesariamente con alumnos de Economía, como por ejemplo, con los de la facultad de Derecho, simplemente cambiando el tipo de "roles" dentro de la empresa, y cambiando la tipología de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

Webs

http://cvc.cervantes.es/aula/didactired **Instituto Cervantes**. DidactiRed es una sección semanal del CVC en la que se publican actividades dirigidas a profesores de español.