

EFE: español de los negocios para sinohablantes

ANTONIO LUIS DÍAZ GARCÍA

Universidad de Granada

Introducción

El desarrollo económico de China ha conllevado un creciente número de relaciones comerciales entre empresas chinas e hispanas. Esta evolución se ha traducido en un aumento de la necesidad de docentes de español para sinohablantes y, cada vez más de docentes de español de los negocios. A nuestro parecer, está naciendo un posible futuro laboral para los docentes de ELE (español lengua extranjera) para sinohablantes, por lo que ha crecido la demanda de cursos de formación en EFE (español para fines específicos) sobre negocios. Aunque cada día está más presente gracias al trabajo de docentes e investigadores, todavía hoy no existe la generalización de una conciencia común acerca de la necesidad de recursos didácticos específicos para poder ofrecer una formación de calidad. Además, creemos imprescindible una formación continua mediante cursos de reciclaje y reuniones entre profesionales para compartir experiencias, inquietudes, ideas, etc.

Al igual que en la docencia de ELE, el profesor de español de los negocios tendrá que enfrentarse a distintos contextos con participantes muy diversos y saber adaptarse a las posibles dificultades que puedan surgir. Sin embargo, mientras que un curso de ELE no se centra en ninguna temática en concreto y la principal finalidad es el aprendizaje lingüístico, en un curso de EFE la temática es clave: en nuestro caso, las sesiones versarán sobre temas generales como turismo, recursos humanos o creación de empresas, entre otros, y por otro sobre temas más concretos, como el aceite de oliva, los vinos, la industria textil o el jamón.

Esta comunicación está dividida en seis apartados: (1) EFE: negocios, (2) Adaptación de actividades para la creación de unidades didácticas específicas, (3) Comunicación intercultural en el ámbito empresarial, (4) Técnicas para enfrentarse a situaciones reales y superarlas con éxito, (5) TICs y (6) Expresión oral. Hemos creído conveniente esta división con la finalidad de facilitar a docentes de español un acercamiento al mundo de la docencia del español de los negocios.

1. Efe: Negocios

Los docentes de ELE muchas veces se enfrentan a una disyuntiva moral antes de enfrentarse a sus primeras clases de EFE sobre negocios: muchos dudan de si serán o no capaces porque no cuentan con un amplio y profundo conocimiento en diversos temas relacionados con el mundo empresarial: tipología de contratos, funcionamiento de la empresa, logística en comercio exterior, la Bolsa, etc. Sin embargo, nuestra postura es la siguiente: el docente de EFE es un profesor de español, con mayor o menor conocimiento del mundo de los negocios, que en muchos casos tendrá un conocimiento más limitado que el propio alumno acerca de una temática concreta. También se puede dar el caso de que el docente de EFE tenga una formación empresarial.



Mayoritariamente, el alumno de EFE sobre negocios no necesita aprender sobre negocios, lo que necesita es aprender el idioma como si de una clase de ELE se tratase y donde el profesor tiene las herramientas necesarias para asegurarse el éxito didáctico. En definitiva, las clases de EFE sobre negocios pueden verse como clases de ELE centradas en una temática y en un vocabulario concreto. Así, la disyuntiva moral de aquellos que están empezando debe verse resuelta y no causar un problema, aunque sí es cierto que creemos que una formación en “español de los negocios” ayudaría indudablemente al docente.

La estructuración de un curso sobre español de los negocios y la planificación de cada una de las sesiones se verán supeditadas a diversos condicionantes, como el número de alumnos y sus intereses (si quieren un curso general o dentro de un ámbito específico con una finalidad concreta), necesidades y conocimientos, la infraestructura donde se impartirán las clases y el tiempo del curso completo y de cada sesión, entre otros.

En la enseñanza del español de los negocios es recomendable que el profesor investigue sobre el mundo empresarial del país de sus alumnos, en nuestro caso de China, con el fin de poder compararlo con el español y acercar así al alumnado a la realidad española, siempre con cuidado de no herir la sensibilidad de ningún alumno. También es conveniente documentarse acerca de las relaciones empresariales entre los dos países.

Al hablar de “español para sinohablantes” no debemos obviar la posibilidad de que los alumnos estén aprendiendo español para relacionarse en el mundo de los negocios en países de habla hispana, por lo que debemos cerciorarnos en los primeros días de clase aunque lo idóneo sería hacerlo antes de empezar, durante la planificación. En el supuesto de no tener esta información o que ni los mismos alumnos estén seguros, deberíamos intentar acercar al alumno a cualquier país de habla hispana. Además, se puede dar el caso de que estén aprendiendo español de los negocios no para trabajar en España u otro país de habla hispana, sino para trabajar desde cualquier otro país con el fin de mantener relaciones de comercio exterior. Todos estos aspectos debe tenerlos en cuenta el docente porque obviarlos podría acarrear el fracaso del curso.

2. Adaptación de actividades para la creación de unidades didácticas específicas

En la enseñanza de español de los negocios para sinohablantes, debemos de ser capaces en tanto que docentes de poder crear diferentes tipos de actividades según las necesidades y los conocimientos de nuestros alumnos. En algunos casos se opta por realizar una batería de ejercicios que encontramos en libros o incluso en Internet, y menos mal que esta práctica se da cada vez menos porque a nuestro parecer es errónea. Es cierto que utilizar ejercicios ya creados nos resulta mucho más fácil, el problema es que es muy difícil que se adecuen al perfil de nuestros estudiantes. Por ello, no proponemos descartar directamente cualquier actividad que no sea de creación propia, sino que lo que pretendemos es concienciar a los docentes de la necesidad de adaptación de las actividades encontradas y aunarlas con otras de creación propia, también adaptables de un curso a otro, con el fin de crear unidades didácticas para un alumnado en concreto, en nuestro caso estudiantes de español sinohablantes.

En cuanto a cómo a adaptar las actividades, tanto encontradas como propias, debemos



tener en cuenta ciertos aspectos que pueden variar de un grupo a otro de estudiantes: el número de estudiantes, el nivel de los estudiantes y si es homogéneo o heterogéneo, la infraestructura, etc.

A la hora de adaptar actividades, apostamos por el uso de muestras de lengua reales siempre que la actividad sea factible en cuanto al nivel de dificultad.

3. Comunicación intercultural en el ámbito empresarial

En este apartado nos centraremos en la cultura corporativa, donde podríamos interesarnos por el mundo laboral chino y poder así realizar una serie de comparaciones junto a los alumnos para que empiecen a familiarizarse con los puntos convergentes y divergentes entre la cultura corporativa china y la española.

Podríamos hablar sobre los participantes en la empresa y la puesta en marcha de sus cometidos, si se realizan en conjunto o hay una secuenciación dividida de tareas, si el trato entre compañeros y entre jefes y subordinados es horizontal o vertical, jerárquico o democrático, la implicación por parte de los participantes en la empresa, si existe una justicia participativa en cuanto a los salarios, la autonomía más o menos limitada, la responsabilidad de cada empleado, la seguridad en el empleo, los distintos tipos de problemas que pueden surgir, el trabajo individual o en grupo, la satisfacción laboral, las expectativas de promoción, la posibilidad de optar por una formación dentro de la empresa, la gestión de la calidad, etc. Debemos tener en cuenta que no sólo difiere la cultura corporativa entre China y España, sino que también difiere de una empresa a otra aunque sean del mismo país.

Una vez conocemos distintas temáticas para desarrollar una sensibilización ante una nueva cultura, nuestro problema se centra en la creación de ejercicios. Podemos poner casos prácticos al alumnado, relacionados con el tema de la seguridad o las bajas laborales; podemos centrarnos en la competencia sociolingüística en cuanto a las diferentes formas de expresarse si se trata de hacerlo entre compañeros, con un superior o con un subordinado mediante ejercicios de simulación de casos reales; podemos desarrollar la competencia lectora utilizando textos periodísticos o propios de una empresa (facturas, presentaciones de diapositivas, informes de calidad, etc.); podemos debatir sobre si supondría un problema que un superior fuera hombre o mujer indistintamente o sobre cómo relacionarse por igual con un hombre o una mujer ya sean compañeros, superiores o subordinados; podemos analizar conjuntamente diversos aspectos culturales, como la flexibilidad horaria; y un largo etcétera de posibles ejercicios.

4. Técnicas para enfrentarse a situaciones reales y superarlas con éxito

Muchos alumnos de español de los negocios demandan desarrollar ciertas técnicas con el fin de poder enfrentarse a situaciones reales y poder superarlas con éxito. Dependiendo del idioma y de si los estudiantes quieren abordar una temática general o concreta, algunos ejemplos de situaciones reales a las que podrían enfrentarse en un futuro son las siguientes: elaboración de un CV y una carta de presentación, elaboración de informes escritos, escribir emails y cartas comerciales y ser capaz de responder, llamadas telefónicas o videoconferencias, que veremos en el apartado (6), etc.

Somos conscientes de la reticencia de algunos alumnos frente a las clases teóricas, sin embargo creemos necesario aunar teoría y práctica para que puedan desarrollar esta serie de técnicas de una manera eficiente: por ejemplo, si hablamos de cartas comerciales, debemos saber los diferentes tipos que existen, la macroestructura y microestructura de este tipo de textos, etc.

Existe una generalización a nuestro parecer incoherente acerca de lo aburrido que puede suponer una clase de español de los negocios. Creemos que este tipo de clases, incluso al tener una temática algo más densa que la de una clase de ELE, pueden llevarse a cabo de forma amena e incluso mediante juegos y simulaciones.

5. TICs

Quizás este sea uno de los apartados más novedosos y que más llama la atención, tanto a docentes como al estudiantado. Hemos dividido este apartado en dos subgrupos: el primero relacionado con Internet y el segundo engloba otro tipo de TICs, como el cine y la música.

5.1. Internet

No nos vamos a detener aquí a analizar las ventajas y desventajas del uso de Internet en la docencia de ELE para sinohablantes, ni a debatir sobre la necesaria presencia de su uso en la enseñanza del español de los negocios, ya que desde nuestro punto de vista ya es un hecho más que consolidado y por ello se encuentra dentro de esta comunicación. El problema a debatir posiblemente en futuras sesiones sería si el docente cuenta con las infraestructuras necesarias para llevar a cabo la planificación de la estructura de sus clases.

Gracias a Internet, podemos acercar la realidad empresarial al alumnado. Así, algunas de las propuestas de ejercicios son las siguientes:

- Podemos hacer que los alumnos aprendan a buscar ofertas de trabajo por Internet, para más adelante crear un CV y una carta de presentación.
- Podemos hacer que los alumnos simulen trabajar en el Departamento de Recursos Humanos de una empresa y necesiten crear ofertas de trabajo para contratar gente.
- Podemos enseñarles a documentarse acerca de una empresa en concreto o de un sector en el que estén interesados, con el fin de poder pasar una entrevista personal dentro de un proceso de selección o para simular que están dentro de una empresa que quiere empezar una relación contractual con otra empresa.
- Podemos utilizar Internet para documentarnos acerca de los diferentes tipos de CV, analizarlos en conjunto en clase y realizar diferentes CV según diversas ofertas de trabajo.

En realidad, la oportunidad que nos brinda Internet a la hora de crear actividades es infinita, el único problema que plantea es que se necesita un gran trabajo por parte del docente a la hora de preparar las actividades de antemano.

5.2. Otras TICs

Aunque pueda parecer extraño, en la enseñanza de español de los negocios se pueden utilizar películas, canciones, prensa y literatura. Ahora veremos algunos ejemplos:

- Películas: se pueden escoger varios fragmentos de películas como “El método Gronholm” o “Los lunes al sol”, por ejemplo, con el fin de analizar el proceso de selección de personal en una empresa o debatir sobre la temática del desempleo.
- Música: para tratar la explotación infantil, por ejemplo, se pueden utilizar varias canciones, como la de “Te prometo” de Willy Noriega, entre otras.
- Prensa (tanto digital vía Internet como en papel): se puede utilizar para recopilar anuncios de trabajo, para recopilar diversas noticias sobre el trabajo y el desempleo para analizarlas, para conocer un poco el funcionamiento de la Bolsa española, etc.
- Literatura: se pueden utilizar fragmentos de muchísimas obras, por ejemplo del clásico “Vuelva usted mañana” de Mariano José de Larra para tratar el tema burocrático en la administración, y poder hacer una comparación entre el sistema español y el de otros países.

Sabemos perfectamente que la literatura o la prensa escrita no forman parte de TICs, sin embargo, las hemos incluido en este apartado por la facilidad de encontrar esta información en Internet.

6. Expresión oral

Creemos que la expresión oral es un punto bastante importante dentro de la docencia del español de los negocios y por ello cuenta con un merecido punto aparte dentro de nuestra comunicación. Actualmente, el desarrollo de las competencias interpersonales está adquiriendo mucha más importancia de la que tenía hace unos años. Además de todo lo mencionado en el punto (3) en cuanto a las diferencias interculturales y de cómo hacer que el alumnado sea capaz de sensibilizarse con una cultura diferente en el ámbito empresarial, en este apartado nos centraremos en dos tipologías de ejercicios comunicativos reales en los que el correcto aprendizaje de la expresión oral por parte del alumno es necesario: 1. situaciones comunicativas en las que el alumno se personifica y 2. situaciones comunicativas por teleconferencia y videoconferencia.

En cuanto a las primeras, el alumno deberá de aprender a relacionarse con compañeros, subordinados y superiores. Las situaciones varían mucho de aquellas del segundo punto que se hacen sin necesidad de personarse. Podemos realizar simulaciones en clase de una entrevista de trabajo en persona o por teleconferencia, de una reunión de compañeros para presentar una queja común al jefe, una reunión con unos clientes o una reunión con el jefe por videoconferencia, etc. Aunque hay unas destrezas comunes a desarrollar durante el aprendizaje en cuanto a la expresión oral, dependiendo de las necesidades del alumnado podremos optar por centrarnos en una tipología de ejercicio comunicativo o en los dos.

Conclusiones

La necesidad actual de docentes de español para sinohablantes es un dato indiscutible. Si además contamos con la expansión comercial de China, creemos que también son necesarios ya no sólo docentes de español en general sino del español de los negocios. Apostamos por la formación de estos docentes para que puedan asegurarse el éxito didáctico. Así, nuestra comunicación no es más que un primer acercamiento al español de los negocios para aquellos docentes que estén interesados y no sepan por dónde empezar.

Asimismo, queremos demostrar la necesidad de TICs en la enseñanza del español para sinohablantes y revelar la posibilidad de utilizar materiales didácticos impensables en nuestro contexto, como música o literatura. Queremos concienciar a docentes de ELE de sus posibilidades dentro de la enseñanza de EFE sobre negocios y de cómo conseguir que el aprendizaje se realice de forma más amena y dinámica.

Somos conscientes de las posibles carencias de nuestro trabajo, sin embargo el análisis de los distintos puntos que a nuestro parecer se deben tener en cuenta en la enseñanza del español de los negocios para sinohablantes son una reflexión propia cuyo objetivo no es otro que ayudar a docentes de español para sinohablantes.