

Resúmenes de las plenarios, comunicaciones y talleres por orden alfabético del primer apellido del autor.

[Manuela Álvarez Jurado](#)

La adquisición del conocimiento especializado: la cata de vinos como propuesta didáctica en la asignatura de Traducción de textos agroalimentarios

Comunicación

Ante la necesidad de facilitar al alumno la adquisición de un conocimiento especializado, en este caso en el ámbito de la Agroalimentación y más concretamente en el ámbito de la cata de vinos, reflexionamos en la presente comunicación sobre el empleo de una herramienta didáctica y su productividad. Nos referimos a las notas de cata de vinos.

Tomando como punto de partida el proceso de enseñanza-aprendizaje basado en la comunicación y orientado a la consecución de una determinada competencia comunicativa, se plantea como propósito mejorar las capacidades de comprensión, expresión, interacción o mediación que se requieren para desenvolverse efectiva y eficazmente en un determinado campo de actividad profesional y especializada como en este caso, el de la enología y la cata de vinos más concretamente.

Se presenta una propuesta didáctica que tiene como objetivo principal la adquisición de una serie de competencias concretas que se revela necesaria para que se produzca una óptima comunicación tanto oral como escrita.

Una vez que el alumno haya realizado una primera fase documental e informativa, se lleva a cabo la fase de compilación textual. El alumno debe recopilar un corpus textual referido a la cata del vino y extraer de cada uno de estos textos propuestos todos los términos especializados con los que se elaborarán una serie de ejercicios prácticos destinados a la adquisición de un completo vocabulario referido a la cata. De este modo, se trabajarán los ámbitos sensoriales del olfato, el gusto, el tacto, la vista y el oído lo que no solo permitirá trabajar con el léxico sino que además facilitará estructurar la unidad didáctica concediendo el necesario espacio a la enseñanza-aprendizaje del adjetivo, a las estructuras sintácticas de la frase en las notas de cata, etc. Así pues, la nota de cata se presenta como un material muy productivo en la enseñanza-aprendizaje de un lenguaje especializado específico, el de la Enología.

Olvido Andújar Molina, Juan Redondo Justo e Itziar González Ruiz de Apodaca
Tres, dos, uno, cámara... ¡Acción! Aprendiendo español a través de la realización cinematográfica

Comunicación

Se presenta un proyecto didáctico llevado a cabo en la Universidad Camilo José Cela con alumnos coreanos de la universidad. Se trabajó la creatividad, la competencia intercultural, ELE y la cinematografía. Así, el aprendizaje del español se lograba a través de la realización de cortometrajes por parte de los alumnos, quienes eran directores, guionistas y actores de sus propias películas.

Objetivo:

El carácter de esta propuesta era fundamentalmente práctico. Su objetivo principal era la mejora de las competencias comunicativas y lingüísticas del español del alumnado coreano a través de una actividad motivadora y creativa donde se trabajaba la competencia intercultural.

Contenidos:

El proyecto trabajaba con los alumnos el Aprendizaje Basado en Proyectos, fomentándose la adquisición de conocimientos híbridos de varias disciplinas (sociolingüística, pragmática, cultural y digital) y se garantizaba el desarrollo de la competencia intercultural integrándola en una experiencia de creación cinematográfica

El proyecto se llevó a cabo en diferentes fases:

- Formación de "equipos de producción"
- Introducción teórica del cortometraje
- Taller práctico de narrativa audiovisual
- Taller de desarrollo de guion
- Diseño del escenario
- Reparto de papeles protagonistas y secundarios
- Ensayos
- Rodaje de los cortometrajes
- Visionado de los cortometrajes resultantes

Conclusiones:

El resultado del proyecto a presentar superó con creces los objetivos previstos. La propuesta ayudó a que los alumnos coreanos con los que se trabajó la enseñanza-aprendizaje del español a través de la realización cinematográfica mejoraran de forma significativa sus competencias en la lengua extranjera. Por otra parte, el grupo trabajó cohesionado ayudándose unos a otros, incluso teniendo diferentes niveles de español, se crearon una serie de cortometrajes correctos desde un punto de vista narrativo y se incrementó

plausiblemente la motivación de los estudiantes. Finalmente, es necesario mencionar que todos superaron su timidez inicial para crear cortometrajes definidos por el humor y la desinhibición.

Vídeo-resumen del proyecto: <https://youtu.be/FaR6BcUV5Yk>

[Pablo Arribas Bulnes](#)

Laboratorio de ideas: del papel al producto final

Taller

¿Qué mejor manera que convertir el aula en un laboratorio de ideas? En el siguiente taller mostraremos una actividad muy completa que se centra en la creación, invención y desarrollo de un producto o servicio. Este proceso implica contar con altas dosis de imaginación, perseverancia, así como de pragmatismo a la hora de crear un producto en todas sus fases: desde el nacimiento de una idea y su desarrollo hasta que finalmente se convierte en un proyecto viable. Se trata de una actividad en grupo que permite desarrollar competencias lingüísticas, técnicas, organizativas e interpersonales.

Además, este taller contará con una parte práctica en la que los participantes llevarán a cabo sus propuestas metiéndose en la piel de emprendedores y haciendo uso de la creatividad que caracteriza al profesorado de lenguas extranjeras. Se mostrarán ejemplos reales inventados por los estudiantes en los que demuestran su gran capacidad inventiva e ingenio, ya sea para buscar soluciones a problemas de la vida cotidiana como para lograr la financiación necesaria para llevar a cabo el proyecto. En la presentación ante la clase, los compañeros ejercen de inversores, formulan preguntas en cuanto al funcionamiento de los productos y muestran su posible decisión de inversión en dichos productos.

Contenidos de la actividad

- inventar un producto o servicio inexistente que pueda aportar algo a la sociedad;
- elaborar un Plan de negocio sobre dicho producto o servicio;
- crear una campaña de publicidad en vídeo;
- presentación ante la clase.

Recursos lingüísticos

- presentar el léxico relacionado con el lanzamiento de un producto y sus características, el mercado, los consumidores y la marca;
- estructuras relacionadas con la valoración, la confirmación y la expresión de acuerdo/desacuerdo;
- empleo de diferentes tiempos verbales para convencer y persuadir.

¡Esperemos que tu idea tenga éxito!

María del Carmen Balbuena Torezano

La protección de datos de carácter personal: conceptos jurídicos y análisis terminológico aplicado a la traducción alemán-español

Comunicación

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), de transposición directa, y cuya aplicación se produjo en mayo de 2018, ha supuesto la adaptación legislativa y tecnológica de los Estados Miembros de la UE y la aplicación de sistemas de control y seguridad que, si bien ya se encontraban en otras disposiciones comunitarias y estatales anteriores, ahora cobran una nueva relevancia, y en algunos casos cambian de denominación. Todo ello supone, tanto para las administraciones públicas como para las privadas, una amalgama de conceptos nuevos que han de ser comprendidos para dar cumplimiento a esta nueva normativa de forma correcta. Son objetivos de este trabajo: 1) Analizar los principales conceptos jurídicos que emanan del RGPD, haciendo especial hincapié en la protección de datos en el ámbito universitario; 2) Establecer las equivalencias lingüísticas relativas a dichos conceptos en el par de lenguas alemán-español. Con ello, esperamos obtener una base de datos terminológica que resulte de utilidad para la traducción de textos en materia de protección de datos.

Azucena Barahona Mora

La enseñanza de la cultura en el aula de español de los negocios: una propuesta didáctica

Comunicación

El tema de la comunicación es la necesidad de enseñar cultura en los cursos de español de los negocios. Para ello, se presentarán unas bases teóricas que sustentan esta idea y una unidad didáctica aplicada en el aula de ENE que tiene como objetivo la adquisición de habilidades por parte de los alumnos para desarrollar su labor profesional en contextos culturales donde el español sea la lengua usada. Posteriormente, se expondrán los resultados de su implementación y las conclusiones de su aplicación.

La enseñanza de lenguas extranjeras está basada en el enfoque comunicativo y tiene como finalidad que los aprendices alcancen un conjunto de conocimientos y destrezas que les garantice desenvolverse exitosamente en una situación de interacción real. El aprendizaje de español de los negocios, como lengua de especialidad, está supeditado a circunstancias concretas de comunicación profesional, lo que implica entrar en contacto con una cultura nueva, por lo que para poder alcanzar un nivel de competencia comunicativa completo, se debe trabajar la dimensión social y cultural de la lengua. Asimismo, el entendimiento entre la cultura de origen y la cultura meta favorece que los individuos construyan su propia competencia intercultural.

Consideramos que los contenidos socioculturales que deben incluirse en un curso de ENE son: las normas sociocomunicativas, actitudes y valores, contenidos implícitos y

referenciales, presuposiciones, connotaciones culturales y todos aquellos relacionados con procedimientos y técnicas.

En cuanto a los métodos que podemos utilizar en nuestras clases encontramos el estudio de casos, simulaciones y dramatizaciones, el enfoque por tareas y la elaboración de proyectos.

Teniendo en cuenta estos aspectos, proponemos una unidad didáctica destinada a aprendices con un nivel de competencia comunicativa avanzada (C1) que demostrará que el proceso de comunicación no recae tan solo en el mensaje, sino en el contexto, lo cual implica el conocimiento de los componentes socioculturales del lugar donde los alumnos podrían desarrollar su actividad profesional.

[Almudena Basanta y Lieve Vangehuchten](#)

[El uso de los pretéritos perfecto e indefinido en un corpus chileno, español y mexicano de cartas de informes de sostenibilidad: ¿lo pasado, pasado está?](#)

Comunicación

El objetivo de esta comunicación es contribuir a un nuevo currículum de español como lengua extranjera con fines económicos y comerciales que tenga en cuenta las variaciones lingüísticas diatópicas y aportar valor añadido a los materiales propuestos. Más concretamente examinamos el uso de los pretéritos perfecto (PP) e indefinido (PI) en un corpus contemporáneo de cartas de presentación de informes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por parte de los directores generales de empresas de Chile, España y México, tres áreas geopolíticas y económicas muy diversas que representan sendas variantes de la lengua española.

El uso de ambos pretéritos en el mundo hispanohablante difiere de una región a otra. Tradicionalmente la gramática del español distingue entre el uso arquetípico del PP, que se caracteriza por la "relevancia actual" de la situación pasada y el PI que expresa una situación limitada en el pasado. Sin embargo se constatan nuevos usos. En español peninsular se observan significados perfectivos del PP más allá del hodiernal establecido ("hoy"). Las variantes hispanoamericanas, por el contrario, mantienen el patrón arcaico de mayor frecuencia del PI sobre el PP.

Este estudio proporciona un análisis cualitativo bajo la forma de una caracterización semántica y discursiva del perfecto y del indefinido en un género discursivo escrito de tres variantes de español culto que resulta muy propicio a la expresión del pasado, al tratarse de informes anuales. Los temas discutidos incluyen el uso del tiempo verbal con aspecto imperfecto, la alternancia entre los dos pretéritos citados y los aspectos relacionados con las indicaciones temporales mencionadas. Los análisis confirman la tendencia actual del español peninsular a priorizar el PP para comunicar la perfectividad en detrimento del PI. En el corpus chileno, sin embargo, destacaría un uso más conservador, mientras que el mexicano parece caracterizarse por una mayor subjetividad.

José María Castellano Martínez

Terminología y Vitivinicultura: variación sinonímica en las denominaciones de tipos de uva

Comunicación

El subdominio “1.1.2. Tipos de uva” del proyecto de investigación interdisciplinar sobre terminología vitivinícola “WeinApp” (financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, dentro del Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad. Ref. FFI2016-79785-R) se integra de fichas terminológicas multilingües con español como lengua de partida (LO) hacia el alemán, francés e inglés como lenguas de llegada (LM). Las denominaciones recogidas de los diferentes tipos de uva existentes en el panorama vitivinícola actual presentan numerosas variaciones sinonímicas tanto en LO como en LM. Considerando que el objeto principal del proyecto es la creación de un sistema de información sobre el dominio de la vitivinicultura, el fenómeno de la sinonimia merece especial atención ante las posibles confusiones que pueden surgir por similitud denominativa en los términos.

La ficha terminológica que se propone en el proyecto, junto con la búsqueda de sinónimos reconocidos para la elaboración de esta, posibilita establecer algunas conclusiones sobre las características propias de este subdominio.

Guiomar Ciapuscio

Textos y discursos de especialidad: consideraciones conceptuales orientadas a su enseñanza

Plenaria

Si bien hasta hace algo más de dos décadas se destacaba la escasez de investigaciones sobre los textos de especialidad, actualmente puede afirmarse que, en el período transcurrido, ha habido una explosión del interés lingüístico por indagar en las características de los productos verbales y multimodales de la comunicación especializada. Este campo se ha convertido en un área de investigación central de los estudios lingüísticos y textuales. En los últimos treinta años, investigadores de diferentes orientaciones (la Lingüística Textual, la Lingüística Aplicada, la Lingüística Funcional Sistémica y el Análisis del Discurso) han llevado a cabo numerosísimos estudios sobre el discurso especializado en distintas lenguas y han producido importantes avances en el conocimiento de las características léxico-gramaticales, textuales y discursivas de sus distintos géneros en distintos campos de especialidad. Una parte importante de los esfuerzos de investigación de nuestro grupo de Buenos Aires ha sido desarrollar un modelo para analizar y tipologizar el discurso especializado (Ciapuscio, 2003; Ciapuscio & Kuguel, 2002; Ciapuscio 2016), sobre la base de enfoques textualistas (Heinemann, 2000; Heinemann & Heinemann, 2002), que incorporan la perspectiva de la producción y la comprensión, es decir, en el procesamiento. La propuesta ha sido empleada tanto en el marco de investigaciones lingüísticas como en el contexto de capacitación en redacción y comprensión de textos especializados en contextos

universitarios (Adelstein & Kuguel 2004; Gallardo, 2005; Ciapuscio 2007; Adelstein & Ciapuscio, 2006-2007; Kuguel 2010, Ciapuscio, Adelstein y Gallardo 2010).

En esta conferencia intentaremos responder a distintos interrogantes, a saber: ¿cómo definir los textos de especialidad? ¿Cómo delimitarlos – si es que esto es posible - de los textos de la comunicación general? ¿Qué diferenciación puede establecerse entre los textos especiales y los textos científicos? ¿Es posible arribar a una tipologización descriptiva y adecuada a la complejidad y diversidad de ese vasto universo textual? ¿Cómo y en qué medida pueden emplearse los conocimientos científicos sobre los textos de especialidad en contextos de enseñanza, en particular, en la capacitación para la producción textual? Nuestra exposición será ilustrada con ejemplares textuales pertenecientes a distintos géneros de la comunicación especializada en español, procedentes mayormente del área de la medicina.

Ingrid Cobos López

Traducción y/o adaptación de textos científicos para pacientes oncológicos

Comunicación

Es ingente la cantidad de publicaciones de carácter científico relacionadas con el cáncer que muestran los avances en torno a su prevención, detección precoz, sintomatología, tratamiento y otras cuestiones derivadas de un proceso cancerígeno. La mayoría de estas publicaciones, no obstante, se encuentran en inglés, como lengua vehicular fundamental, y en otras lenguas tales como el alemán o el francés; en todas ellas se ponen de manifiesto aspectos en torno a un complejo tecnolecto, de difícil comprensión por parte del enfermo; tecnolecto en el que se comunican los especialistas que tratan esta enfermedad, pero al que no siempre pueden acceder los pacientes y su entorno. En este sentido, aunque dentro de otro ámbito, en 1979 surgió en Reino Unido un movimiento conocido como *Plain English Campaign* que pretende que todo el mundo tenga acceso a la información de una forma clara y concisa. Esta campaña se inició en torno al lenguaje jurídico y sobre todo, en relación con la información que las instituciones públicas ofrecen al ciudadano. Basándonos en el objetivo principal de esta campaña, entendemos que el paciente de cualquier enfermedad tiene igualmente derecho a recibir la información relativa a su enfermedad en un lenguaje que sea comprensible para él.

Para ello, y con el objetivo de acercar este discurso especializado al paciente que necesita recibir dicha información, analizaremos una serie de textos redactados por especialistas en torno al cáncer y propondremos unas directrices para la correcta traducción y adaptación de dichos textos a un español claro y dirigido a los pacientes y su entorno.

Angélica María Cortés Ospina

En BDB vendemos soluciones, en clase somos profesionales. Vídeos corporativos, caracterización del género y propuesta de didactización

Taller

Los asistentes a este taller asumirán el rol de ejecutivos de comunicación y presentarán el diseño de un video corporativo. De este modo, experimentarán las etapas de una secuencia didáctica de perspectiva accional que podrán reproducir con estudiantes ELE de filiares comerciales.

Las compañías y las marcas buscan crear grandes vínculos con sus clientes a través de contenidos visuales que sean capaces de impactar, emocionar y seducir. En este sentido, el video corporativo es una estrategia importante del marketing digital, es la “tarjeta de presentación” moderna de cualquier empresa.

El vídeo corporativo será considerado como un producto auténtico de la interacción verbal, cuya relación con el contexto cultural y social en el que se gesta está mediada por la manera en que se emplea el lenguaje. De este modo, esta herramienta del marketing digital será considerada como género discursivo (género publicitario) en la medida en que es una actividad orientada hacia un determinado propósito y formada por fases en las que los hablantes intervienen en tanto que miembros pertenecientes a una cultura (Eggins, 2002). Su análisis funcional permitirá, primero, apreciar que el orden de los elementos es significativo y, segundo, identificar los elementos discursivos recursivos, es decir, los que tienen la capacidad de aparecer repetitivamente.

Así pues, este es un ejemplo de los aportes del análisis lingüístico a la didáctica de una lengua de especialidad. Se mostrará cómo el análisis del contenido de diversos videos empresariales, con especial énfasis en sus estructuras léxico-gramaticales y textuales (la forma y sus fases), ofrece una herramienta más para que los asistentes lleven a cabo un rol y un proyecto en una situación profesional simulada en clase de español como lengua de especialidad.

Programa:

Para el buen desarrollo del taller organizaremos grupos de 3 o 4 personas.

1. Presentación del vídeo corporativo como un género discursivo. (8 minutos)

Cómo los elementos de la lingüística aplicada pueden ser aprovechados en una secuencia didáctica de formación en español como lengua de especialidad.

2. Análisis de vídeos corporativos auténticos. (Acciona Energía, Vina Maipo, BDB) (12 minutos)

Estrategias discursivas y estrategias técnicas.

3. Análisis y observaciones de vídeos corporativos producidos por estudiantes franceses en contexto de formación comercial ELE. (20 minutos)

Consideraciones generales de la experiencia: etapas, aciertos e inconvenientes encontrados.

4. Tarea final. (20 minutos)

Diseño de un vídeo corporativo que capte el interés del espectador y ofrezca una información veraz y creíble para resaltar estratégicamente la actividad comercial, la misión, los objetivos, los valores, los productos y/o servicios de una empresa.

Presentación y discusión de estrategias de contenido discursivo y estrategias técnicas apropiadas.

José María Cuenca Montesino

La aplicación WhatsApp como generadora de confianza en la negociación internacional

Comunicación

La confianza es un activo de primer orden en toda negociación, pero identificar la confianza y los parámetros que la determinan es una labor ardua y bastante compleja, pues estamos ante un concepto poliédrico y pluridimensional cuya naturaleza misma dificulta su aprehensión. ¿Qué es la confianza?

La convergencia de las TIC y la informática en la década de los ochenta del siglo pasado tuvo como consecuencia la atenuación de las fronteras espacio-temporales de la comunicación interpersonal así como la constitución exponencial de redes informáticas, lo que trajo consigo una dependencia de la información a lo numérico. La revolución inducida por la telefonía móvil encuentra su paroxismo en el *smartphone*, una generación de teléfonos inteligentes que integran funciones propias de la informática, de entre las cuales destacan las aplicaciones. Gracias a las aplicaciones, la comunicación *movicuitaria* es un hecho cotidiano para millones de ciudadanos. La aplicación gratuita de mensajería instantánea *WhatsApp* surge en el año 2009 y tiene un éxito fulgurante en España. Su utilización masiva hasta nuestros días ha provocado la emergencia de un nuevo género discursivo, la «conversación guasap». ¿Qué interés presenta la aplicación *WhatsApp* en la enseñanza del español para los negocios internacionales?

La presente comunicación dará cuenta del trabajo de investigación doctoral llevado a cabo por el autor. La tesis doctoral se apoya en un estudio de caso que ha permitido analizar las manifestaciones lingüísticas y pragmáticas de la confianza (interpersonal e intercultural) en un corpus de conversaciones guasap que tuvieron lugar en el ámbito profesional del sector vitivinícola franco-español. Se detallarán las manifestaciones de la confianza interpersonal e intercultural en la negociación franco-española, de la que la aplicación *WhatsApp* es un catalizador de primer orden.

Federico Escudero Álvarez

Españistán y Simiocracia, una propuesta de explicación de la crisis económica en España a través de los vídeos de Aleix Saló para clase de ELE

Taller

Los vídeos Españistán y Simiocracia de Aleix Saló constituyen un magnífico documento explicativo de las causas y consecuencias de la crisis económica en España. Son documentos audiovisuales, con mucho humor y con un vocabulario específico de economía mezclado con expresiones coloquiales. A través de estos vídeos se propone una propuesta didáctica para clase de ELE cuyo contenido lingüístico son las oraciones causales, consecutivas y finales con el objetivo de que el estudiante adquiera no solo el vocabulario económico sino los recursos lingüísticos para describir un proceso económico.

Ana Fernández

Paradojas del desarrollo global, local en el filme Verónico Cruz. La deuda interna: grupo de discusión sobre economía(s)

Comunicación

Tema: Impacto de la economía global, en la economía colla-jujeña, Argentina.

Objetivos: A partir del vocabulario específico, los estudiantes investigarán y reflexionarán sobre la entrada de la globalización y su impacto socioeconómico en el enclave colla jujeño del norte argentino.

Materiales: proyector; filme *Verónico Cruz. La deuda interna* (Argentina, 1988); diccionario de la Real Academia Española en línea y Diccionarios de Economía (monolingüe y bilingüe); Campo virtual (uOttawa); diario de aprendizaje.

La globalización trae de la mano el neoliberalismo y, paradójicamente, establece puentes entre las culturas que dejan reflexionar sobre las especificidades de las culturas locales y su doble vulnerabilidad frente a lo nacional y lo global. Este aspecto queda representado en el filme Verónico Cruz. La deuda interna (Argentina, 1988). Pereira explica su obra como "documental ficcionado". Contextualizado en la zona colla jujeña, el filme retoma el cambio de paradigma económico, su impacto sobre el aspecto cultural y el tema identitario de esta cultura milenaria. A partir del vocabulario específico (bienes de lujo/ de consumo/complementarios, círculo vicioso de la pobreza, globalización, sindicato, tecnología, etc.), los estudiantes reflexionarán sobre la economía global (en continuo desarrollo) en relación a la local, en general, y específicamente a la economía local colla jujeña (en extinción). El Grupo de discusión, está compuesto por cuatro momentos: a. presentación del contexto y del vocabulario, b. proyección de la película, c. discusión grupal y trabajo de reflexión individual (diario de aprendizaje); d. presentación grupal final y del diario de aprendizaje individual. El proceso de evaluación es continuo, a través del campus virtual (con las entradas al diario de aprendizaje) y en sala de clase (participación). La

propuesta va dirigida a estudiantes de primer y segundo ciclo en economía y desarrollo internacional, en formación con créditos o continua.

Marta Gancedo Ruiz

El desarrollo de la competencia pragmática en el Español de la Salud: el trabajo con las voces discursivas de la entrevista médica

Comunicación

Tanto del análisis de las necesidades comunicativas de los alumnos como de su confrontación con los materiales didácticos que pueden encontrarse en el mercado editorial, se ha detectado cierta carencia en el tratamiento del componente pragmático en alumnos que aprenden español para desempeñar labores profesionales en el área de la medicina. Ante esta realidad, la comunicación aquí propuesta incide en la necesidad de un desarrollo integral de la competencia pragmática de los estudiantes del Español de la Salud. El principal objetivo que nos proponemos es reflexionar y generar una propuesta de acción docente que capacite al alumno para utilizar el español de manera que permita al profesional médico no solo establecer una comunicación exitosa con los pacientes, sino generar un vínculo de conexión que, más allá de la mutua comprensión, facilite el cuidado y la curación.

Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- Profundizar en el concepto de *competencia pragmática* aplicado a los alumnos del Español de la Salud tomando como base las necesidades comunicativas de estos profesionales.
- Identificar las principales estrategias pragmáticas presentes en el modelo psicosocial de interacción médico-paciente con base en las voces discursivas de la entrevista médica detectadas por Cordella (2002).
- Plantear actividades para el aula de Español de la Salud que favorezcan el desarrollo de estrategias pragmáticas atendiendo a la dimensión discursiva y social de la entrevista médica.

Así, por un lado se podrá concluir la pertinencia de la aplicación de los resultados del análisis del discurso médico real a la creación de materiales didácticos en el aula del Español de la Salud; por el otro, la idoneidad del modelo (bio)psicosocial de interacción entre médico y paciente para el trabajo de estrategias pragmáticas.

María García Antuña

Aspectos pragmáticos en la enseñanza del español de los negocios. Un estudio de materiales didácticos

Comunicación

Tema: Aspectos pragmáticos en la enseñanza del español de los negocios.

Objetivos: El objetivo principal de este curso será realizar una aproximación a la competencia pragmática en el ámbito de las lenguas de especialidad, concretamente en el área de la enseñanza del español de los negocios. Entre los objetivos específicos que abordaremos se encuentran:

- Hacer una revisión general de las distintas competencias pragmáticas desarrolladas en el PCIC.
- Presentar un análisis de distintos manuales del español de los negocios, atendiendo a los distintos contenidos pragmáticos.
- Realizar una aproximación teórica que sirva como marco epistemológico.

Conclusiones: Pretendemos llegar a hacer un balance de los materiales existentes que trabajen la competencia pragmática en el ámbito del español de los negocios con el fin de detectar aquellas lagunas que deben ser abordadas en futuros trabajos de investigación.

Ana García Esteban y Lionel Magnacco

El enfoque del crecimiento lingüístico en lengua extranjera (Fremdsprachenwachstum): aplicaciones en la clase de EFE

Taller

El objetivo de este taller es presentar algunas técnicas de trabajo de comprensión y expresión oral basadas en el enfoque cognitivo del Crecimiento Lingüístico en Lengua Extranjera (*Fremdsprachenwachstum*). Se trata de toda una serie de actividades orientadas a favorecer la adquisición, el conocimiento y la activación del sistema lingüístico que subyace a la lengua objeto de aprendizaje.

Mediante una secuenciación didáctica de título “En busca del personaje” presentaremos algunas de las técnicas de este enfoque, en concreto, *la comprensión auténtica, el puzzle lingüístico y la audición analítica*. Además, daremos a conocer también una actividad de *expresión oral* y de *explotación del vocabulario* desarrollada por los ponentes a partir de los mismos presupuestos.

Isabel García Martínez

Tripadvisor como herramienta didáctica en el aula de español del turismo

Comunicación

Esta comunicación tiene como objetivo señalar la importancia de incluir y aprovechar en el aula de español con fines profesionales (Efp) los nuevos materiales del ámbito del turismo que han surgido en los últimos años. La llegada de Internet, las nuevas tecnologías y la Web 2.0 han supuesto una revolución en muchos ámbitos, incluidos los géneros discursivos con la aparición de los cibergéneros. El estudiante de una lengua de especialidad, en este caso, del turismo, necesita adquirir la lengua para comunicarse en su entorno profesional. Como consecuencia de esto, una de las herramientas que podemos utilizar en el aula es la plataforma Tripadvisor, una de las más usadas en el mundo del turismo, que ha propiciado la modificación de la guía de viaje tradicional, convirtiéndose en lo que Calvi (2016) denomina la “guía colaborativa” con la participación, la construcción y la modificación de conocimiento por parte de la comunidad de viajeros con un carácter subjetivo.

Tras una breve aproximación teórica a la lengua del turismo y a los cibergéneros, se explican las características de estos últimos, sus ventajas y su necesidad de incluirlos en el aula de Efp. Posteriormente se analizan las características pragmlingüísticas de un corpus de elaboración propia de comentarios de la plataforma Tripadvisor y, para concluir, se señalan sus posibilidades didácticas para la implementación en el aula de español del turismo.

María Eugenia Granata y María Cecilia Ainciburu

¿Cómo procesan los estudiantes EFE el léxico especializado? La geosinonimia en las lenguas afines

Comunicación

Esta investigación investiga lo que sucede cuando se enseñan geosinónimos en EFE como forma de integración de las variedades léxicas en uso en los diferentes países de habla española. La población investigada es la de los italianos que estudian español como lengua extranjera, dado que el patrimonio léxico compartido es mayor (Soares et al., 2018).

En términos de geosinonimia, por ejemplo, verificamos que los manuales EFE, prevalentemente publicados en España, privilegian formas como “coste” sin presentar la variante “costo”. En cambio, en los textos didácticos generales aparecen variantes más o menos necesarias —como “autobús”, “bus”, “guagua”, “camión”, “micro”, etc.—, incluso en los niveles elementales, percibidas a menudo como una sobrecarga cognitiva para la memoria del estudiante, pero necesarias para una gestión “políticamente correcta” del input léxico por parte de los autores del material (Ainciburu y Regueiro-Rodríguez, 2014; Deng, 2016).

En la investigación primaria, un grupo de estudiantes italianos de Economía de nivel B1 realizan un ejercicio de completamiento (cloze) en el que eligen entre geosinónimos

especializados del ámbito del español en textos marcados de dos variedades diferentes. Los geosinónimos y el texto que proporciona el contexto a la selección pertenecen a las variedades peninsular (corpus de la sección Negocios de periódicos españoles) y del Río de la Plata (corpus de la sección Negocios de periódicos argentinos y uruguayos) (Granata y Ainciburu, 2017; Garzelli et al. 2018). La hipótesis es que los términos cognados de la L1 proporcionan una imprimación mayor que el contexto varietal en el que se insertan. Si así fuese, las consecuencias de enseñar geosinónimos en contextos en los que estos no surgen espontáneamente podría tener consecuencias en la comprensión del proceso cognitivo y en la didáctica EFE.

[Itziar Grau Mena, Paula Herrera Parra, María Cruz Martín Mora Díaz y Samuel Ramos Manzano](#)

[Puesta en práctica colaborativa de un curso de español ENE / ELE en modalidad Blended Learning](#)

Comunicación

En este taller queremos presentar un proyecto que se está realizando desde el curso académico 2017/2018 en la Universidad de Ciencias Aplicadas del BFI de Viena, en el cual, se está implementado en la asignatura de español ELE la modalidad de aprendizaje Blended Learning dentro del programa de estudios de Grado en Logística y Operador del Transporte.

Los objetivos del proyecto son:

- Ofrecer a los estudiantes la posibilidad de seguir aprendiendo la lengua de forma autónoma y estar en contacto con ella fuera de las horas de clase presenciales.
- Combinar paralelamente la enseñanza del español profesional y del español general.
- Experimentar la acogida, ventajas y desventajas de la modalidad de aprendizaje Blended Learning.

Para llevar a cabo este proyecto los profesores están trabajando en equipo de forma colaborativa, diseñando conjuntamente un curso en línea que acompaña a las clases presenciales. Para ello se está utilizando la plataforma Moodle de la Universidad, donde se ha creado el Aula Virtual de Español. A través de ella, los estudiantes tienen la posibilidad de realizar una gran variedad de actividades enfocadas en los temas tratados en las clases presenciales y con ellas practicar las diferentes destrezas de la lengua.

Este proyecto está teniendo una gran acogida por parte de los estudiantes por todas las ventajas que implica aprender en modalidad Blended Learning: aprendizaje innovador, autónomo, flexible, dinámico, tutorizado y feedback automático, entre otros.

En este taller queremos presentar el proyecto, el diseño y metodología del curso, la tipología de actividades y su evaluación, así como, exponer la acogida de esta nueva forma de aprendizaje por parte de los estudiantes: sus ventajas y desventajas.

Este proyecto forma parte del proyecto de enseñanza innovadora de la Universidad.

María Dolores Millán Fernández y Gloria Nieves Iglesias

La corrección de la expresión e interacción orales a través de grabaciones de vídeo y audio en la clase de Español de los negocios

Comunicación

Este artículo resume una experiencia práctica realizada por las universidades de Viena y la Hochschule Bremen durante un semestre académico en el marco de un curso de Español de los Negocios. En ella se aborda la evaluación de la competencia comunicativa a través del uso de grabaciones de vídeo y audio aunando conceptos como autocorrección, retroalimentación y motivación con el fin de que dicha evaluación de las pruebas orales suponga un paso más hacia el aprendizaje autónomo del estudiante, confiando a la tarea evaluadora una función propia dentro del aprendizaje de la lengua extranjera y una utilidad práctica.

Un feedback adecuado y que el alumno sea capaz de reflexionar sobre su propio proceso de aprendizaje y su evolución puede marcar el camino para una mejora de los resultados, ya que la retroalimentación facilita pautas a seguir e informa sobre las modificaciones necesarias para optimizar su rendimiento. Así pues, por qué no ir más allá y ofrecer una oportunidad a los aprendientes para que ellos mismos reconozcan, en la medida de sus posibilidades y con las herramientas apropiadas, qué podrían mejorar en su discurso.

Actualmente existe mucha literatura sobre corrección, autocorrección de errores y sus beneficios en textos escritos, pero poco sobre esta práctica en pruebas orales por medio de grabaciones. La mayoría de los estudios publicados se limitan a proponer y aconsejar el uso de estas para favorecer la corrección de determinados aspectos de la expresión oral, concretamente la pronunciación y la entonación. Sin embargo, este trabajo pretende demostrar que el uso guiado de grabaciones, junto con el apoyo de un feedback conveniente, abre la puerta a una multitud de posibilidades para ahondar en la corrección de errores de dicha competencia.

Esperamos que los resultados de esta experiencia contribuyan a una reflexión más amplia sobre la cuestión y animen a la comunidad docente a emplear grabaciones en la clase de ENE.

Estrella Montolío

¿De qué estamos hablando cuando hablamos de discurso jurídico español?

Plenaria

En esta ponencia presentaremos un panorama de cuáles son los rasgos más característicos del discurso jurídico administrativo español, haciendo hincapié en aquellos que son la fuente

de opacidad más importante para la comprensión del ciudadano medio. Plantearemos también las acciones para la clarificación de esta lengua de especialidad que están realizando las instituciones jurídicas desde 2011, fecha de publicación del *Informe de la Comisión interministerial de modernización de lenguaje jurídico*. Asimismo, describiremos el caso del discurso jurídico español elaborado en Luxemburgo por el Tribunal Europeo de Justicia.

Eva Narvajas Colón

Presencia de la metáfora y el eufemismo en el discurso financiero. El uso de estos recursos más allá de lo literario

Comunicación

Filósofos y lingüistas han tendido a tratar la metáfora como un asunto de interés periférico y existe una tradición que ha relegado tales figuras al lenguaje poético y literario. En este estudio, sin embargo, partiré de la perspectiva de la lingüística cognitiva, desde la cual la metáfora se concibe como un proceso mental que permite comprender aspectos de la experiencia, abstractos e intangibles, en términos de otros más familiares. Se establece así, una relación asimétrica que nos permite comprender los conceptos menos concretos en términos de los que sí lo son. Una metáfora no es sólo, por tanto, un recurso literario sino un dispositivo humano para referir el mundo, para hacer una traslación de sentido. Las metáforas son figuras que trascienden el sentido de lo referido para asimilarlo con lo conocido y hacerlo comprensible y comunicable. Los lenguajes de especialidad no están exentos de carga metafórica, hallamos en ellos numerosos ejemplos que aspiran a hacer la realidad de la que tratan más asequibles al lector especializado o no. Este estudio se centra, en concreto, en el campo de la economía y el discurso financiero y expone ejemplos tomados de la prensa económica española y de las secciones de economía de periódicos de información general. El estudio dedica también un apartado al uso del eufemismo, dicho recurso de persuasión forma parte del discurso político desde sus orígenes, las personas en el poder se han servido siempre del lenguaje como un medio no meramente informativo sino como un instrumento de persuasión y hasta manipulación. Sin embargo, no es este el tema que nos ocupa, en este apartado pretendo dar cuenta de una serie de eufemismos generados en el discurso económico y financiero a raíz de la crisis económica ya que, a juicio de los expertos, el uso de los mismos se intensifica en tiempos de crisis. He procedido a analizar textos de información económica donde se identificarán estos fenómenos retóricos, con el objetivo de mejorar la capacidad de los estudiantes para reconocerlos y entender el significado literal que en ellos subyace, facilitando así la labor de comprensión e interpretación del mensaje.

Esther Patrocinio Sánchez

Español con Fines Específicos en contexto universitario: una propuesta didáctica para el desarrollo de la producción escrita en estudiantes germanohablantes de nivel B2/C1

Comunicación

El Trabajo de fin de Máster tiene como objetivo principal la elaboración de una propuesta didáctica para el desarrollo de la producción escrita en estudiantes germanohablantes de nivel B2/C1. El eje central es la aplicación del diseño curricular en la enseñanza del Español con Fines Específicos en contexto universitario. La propuesta se fundamenta en el análisis de las dificultades y retos que plantea la producción escrita, en los usos y aplicaciones de la escritura creativa en E/LE, en la influencia de la escritura en entornos electrónicos y en el aumento de herramientas y recursos disponibles en línea, para desarrollar la marca personal del estudiante en E/LE a través de la creación de su propio blog. De este modo, el aprendiente cuenta con un espacio de ensayo-error para practicar su composición textual con vistas a su futuro laboral inmediato y búsqueda de empleo.

La enseñanza de E/LE en contexto universitario necesita orientarse hacia la enseñanza de Español con Fines Específicos si queremos formar a futuros profesionales y académicos que sean capaces de desenvolverse en los contextos comunicativos de su entorno laboral. Es por esto por lo que destacamos la necesidad de trabajar con todo tipo de discursos textuales, no solo con textos literarios, a los que aplicar técnicas de escritura creativa.

La profesionalización del docente es un factor determinante para garantizar la actualidad de los contenidos presentados ante el grupo y para introducir herramientas digitales que faciliten a los estudiantes el proceso de escritura en E/LE, salvando las dificultades que plantea ya de por sí el hecho de escribir en una LE.

Pilar Pérez Cañizares

Los Estilos de Aprendizaje de los estudiantes de español de la Universidad de Ciencias Económicas y Empresariales de Viena

Comunicación

Con el objetivo final de adaptar nuestros materiales y la metodología de nuestras clases a la idiosincrasia del alumnado de español de nuestra institución, hemos llevado a cabo un estudio para conocer la forma de aprender de nuestros estudiantes y establecer en una primera fase sus perfiles de aprendizaje mayoritarios.

Para ello, se realizó en primer lugar una adaptación al idioma alemán del cuestionario Honey-Alonso de Estilos de Aprendizaje –CHAEA– (Alonso et al. 1995). A continuación, utilizando la herramienta *Lime Survey*, se diseñó una encuesta para recopilar los resultados del mencionado cuestionario de Estilos de Aprendizaje junto con datos personales y educativos de los participantes. Una copia de la encuesta que se proporcionó a los alumnos se puede ver en: <https://surveys.wu.ac.at/lernstile/index.php/198853?lang=de>

Tras una fase de pilotaje en la que se probó la primera versión de la encuesta con 20 estudiantes, se revisó la traducción al alemán del cuestionario y se modificaron algunos aspectos formales de la encuesta. Poco después, se inició la fase de recogida de datos propiamente dicha, en la que se consiguió una muestra altamente significativa: 198 participantes de entre una población de referencia de 744 estudiantes de español en el semestre de invierno de 2018.

Los resultados muestran, en primer lugar, que entre los estudiantes de español de nuestra institución predominan básicamente dos perfiles de aprendizaje opuestos: la combinación de los estilos reflexivo-teórico es la mayoritaria, seguida muy de cerca por la combinación activo-pragmático. La aparición de esta clara dicotomía en el alumnado, que en un principio podría parecer intuitiva, contrasta con los resultados de estudios previos (cf. Alonso et al. 1995; Martínez Martínez 2001), en los que no existe la combinación activo-pragmático.

Referencias

C. M. Alonso, D. J. Gallego & P. Honey (1995⁶), *Los Estilos de Aprendizaje. Procedimientos de diagnóstico y mejora*. Bilbao: Ediciones Mensajero

I. Martínez Martínez (2001), *Nuevas perspectivas en la enseñanza-aprendizaje de ELE para japoneses: la concienciación formal*. Tesis Doctoral Univ. Complutense de Madrid.

[Rubén Pérez García](#)

[La prefijación y la sufijación como estrategias básicas en la clase de Español de la Salud](#)

Comunicación

Una de las primeras y principales dificultades a las que se enfrenta un alumno de Español de la Salud es la enorme complejidad terminológica propia de este campo. Sin embargo, no sólo supone una dificultad para el alumno, sino también el principal miedo al que se enfrentan los profesores de Español general que desean especializarse en la enseñanza de Español de la Salud.

Una de las estrategias más eficaces para enfrentarse a este escollo es, a través de la competencia morfológica, el uso de los procesos de prefijación y sufijación. La formación de palabras a través de mecanismos como la derivación es una herramienta muy útil para la adquisición de léxico y, por tanto, supone una estrategia de aprendizaje que debemos potenciar.

Nuestra comunicación analizará, desde la doble perspectiva alumno/profesor, cómo debemos despertar esa competencia en los dos perfiles para mejorar el proceso de aprendizaje-enseñanza, así como el uso que de esta estrategia se hace en los manuales existentes en este ámbito de enseñanza.

Será, por tanto, nuestro principal objetivo poner en valor la morfología dentro la clase de Español de la Salud, mostrando los indudables beneficios que aporta al desarrollo de estrategias de aprendizaje y comunicación de nuestros alumnos.

Pasi Puranen y Carmen Rodellas

Diseño curricular para la enseñanza del español como L2 en la Universidad Aalto

Comunicación

El interés por el estudio del español en Finlandia se ha incrementado como consecuencia de la amplia difusión y el prestigio del que esta lengua ha adquirido en el mundo.

En esta presentación queremos ofrecer un panorama del diseño curricular en el Centro de Lenguas de la Universidad Aalto, Finlandia. Durante los últimos años el desarrollo curricular se ha basado en dos puntos estratégicamente claves. En primer lugar, introducir y ampliar el enfoque hacia contenidos con fines específicos, es decir, al mundo laboral y al español de los negocios. En segundo lugar, el fuerte auge de la digitalización en la enseñanza nos ha llevado a diseñar cursos y exámenes en línea e introducir metodologías como cursos semipresenciales.

Teniendo en cuenta las necesidades de nuestros alumnos, el plan curricular está compuesto por nueve cursos de estudio que corresponde a cuatro niveles de progresión (A1-B2) en el dominio de la lengua. Los contenidos de cada curso están organizados por la lengua, el mundo laboral y la cultura y, centrado estos tres sectores en el uso comunicativo de la lengua. Para finalizar, el modo de nuestra evaluación final es continua ya que consideramos las actividades hechas en clase, la participación activa del alumno, la utilización de ejercicios de control y la autoevaluación de los aprendientes.

El objetivo principal de la política educativa en Finlandia es dar a todos los ciudadanos las mismas oportunidades de acceso a la educación creando un sistema en el que ningún alumno queda excluido sin importar la edad, situación económica-social y lugar de residencia.

El Centro de Lenguas colabora con el proyecto KIVAKO cuyo objetivo es desarrollar cursos en línea de idiomas extranjeros menos estudiados en Finlandia mediante la combinación y el desarrollo de una cooperación nacional. En el caso del español, la oferta consiste en cuatro cursos que varían desde los niveles A2 hasta B2. Estos cursos están diseñados de acuerdo con la pedagogía digital.

Isidoro Ramírez Almansa

Cine, cultura y traducción: los referentes culturales del español en lengua alemana desde los ojos del inmigrante del régimen franquista.

Comunicación

En la clase de ELE el componente cultural forma parte del plan curricular. Actualmente, podemos encontrar diversas maneras de enseñar la cultura, entre las que se encuentra la enseñanza del componente cultural mediante el visionado de películas. En este contexto es de vital importancia poner de relieve la película *Un Franco, 14 pesetas* en la que se narra la historia y las peripecias de dos familias españolas que emigraron a Suiza durante la dictadura de Franco ahogados por la pobreza y falta de libertades de la España del momento. La película muestra la transición de dos familias de España a Suiza y el choque cultural que experimentaron. El estudio pretende ofrecer una propuesta didáctica para conocer el contexto sociocultural de la España de los años 70 y los referentes culturales del español. La propuesta se basa en cómo la película grabada en VO en lengua española ha traducido al alemán todos los elementos culturales de la España franquista a la cultura meta.

Para ello, el estudio analiza, en primer lugar, el subtítulo oficial de la película en español y extrae todos los referentes culturales que aparecen y seguidamente se procede a un segundo visionado para analizar la traducción ofrecida de los RRCC en lengua alemana. Posteriormente, a través de un análisis mediante fichas se han clasificado los RRCC según su tipología y se ha estudiado qué técnica de traducción se ha empleado en el proceso. Por último, en base a los RRCC recopilados y según el tipo y técnica de traducción empleada se determina si el método traductor de la cultura ha sido extranjerizante, domesticante o neutro. Lo que permite determinar el punto de vista desde el que se ha decidido traducir la película: dándole importancia a los elementos culturales de la LO (extranjerizante), eliminándolos por completo (domesticante) o si hay un equilibrio entre ambas posiciones (neutro).

Antonio Riutort Cánovas

Competencias docentes y enseñanza del español para fines específicos. Análisis de la oferta formativa en los másteres de ELE en España

Comunicación

En esta comunicación exponemos los resultados de un estudio cuantitativo sobre la formación de habilidades docentes de español para fines específicos (EFE) incluida en los másteres de enseñanza de ELE en España. El análisis examina, en primer lugar, si tales másteres incluyen o no asignaturas relacionadas con la didáctica del EFE, y en los casos afirmativos, se describen variables tales como el carácter optativo u obligatorio de tales asignaturas; el número de créditos impartidos; los contenidos temáticos más representativos; las habilidades docentes más significativas; y la presencia o ausencia de

asignaturas exclusivas sobre el español de los negocios. Para ello se han analizado los programas de los diferentes másteres de formación de profesores de ELE tal y como aparecen en las páginas webs de los centros educativos ofertantes. Posteriormente, se ha cotejado la información obtenida con los responsables académicos por medio del correo electrónico. Los resultados muestran que la inclusión de módulos sobre EFE es significativa, pero que existe una preferencia por el carácter optativo y que los contenidos teóricos y competenciales poseen ciertos desequilibrios en cuanto a su alcance. La radiografía final, más allá de su carácter descriptivo, pretende promover la reflexión sobre cuál debería ser el valor atribuido a la formación de docentes especialistas en la didáctica del EFE; qué habilidades docentes deberían ser las más destacadas; y qué estatus merece el EFE como disciplina.

[Inmaculada Ruiz Sánchez](#)

[Aproximación a la marcación diatécnica en los diccionarios monolingües de aprendizaje](#)

Comunicación

La presente investigación se enmarca en el ámbito de la Enseñanza de Español con Fines Específicos (EFE). El principal objetivo de este estudio es conocer cuáles son las voces de un ámbito concreto que están marcadas como lenguaje especializado en diccionarios monolingües de aprendizaje.

En cuanto a la metodología empleada, ha sido necesario extraer términos de especialidad de un área de conocimiento. Para ello, hemos seleccionado tres diccionarios monolingües de aprendizaje, concretamente las siguientes obras lexicográficas: *Diccionario de español para extranjeros* (2002), *Diccionario Salamanca de la lengua española* (2009) y *Diccionario para la enseñanza de la lengua española* (2010), con el fin de elaborar un corpus de lemas del ámbito objeto de estudio. Tras la creación del corpus, hemos analizado exclusivamente la marcación diatécnica de los distintos lemas.

Con esta propuesta, pretendemos que los estudiantes de español como lengua extranjera sepan manejar un diccionario y, consecuentemente, puedan descifrar la información explícita e implícita que le ofrece la obra lexicográfica. En particular, nuestro estudio se centra en el interés por que los alumnos sepan identificar y reconocer las voces de especialidad que se caracterizan por la marca diatécnica. Por esta razón, es importante, en primer lugar, que el alumnado conozca el diccionario y el uso correcto para, posteriormente, identificar los términos de especialidad.

Mari Carmen Sánchez Vizcaíno

El audiovisual y la interculturalidad en clase de EFE

Taller

Vivimos en una sociedad cada vez más pluricultural a la vez que compleja. De ahí que resulte imprescindible transmitir a las futuras generaciones las competencias democráticas imprescindibles para vivir en la sociedad actual culturalmente diversa. Por tanto, la clase de EFE es un marco especialmente interesante para trabajar el componente intercultural. Para tal fin, el medio audiovisual es una herramienta valiosa que puede ayudarnos a que el aprendizaje resulte más efectivo. A lo largo del taller se expondrán propuestas didácticas para trabajar el componente intercultural a través del audiovisual en clase de Español con Fines Específicos.

Carmen Sanjulián García

Naúfragos en un mar de interculturalid (es)

Comunicación

Desde el año 2001, fecha de publicación del Marco Común Europeo de Referencia (MCER) hemos asistido a un aumento exponencial de artículos, trabajos de master o de doctorado dedicados al tema del componente intercultural en el aula de ELE/ENE.

Si tenemos en cuenta todo lo escrito, hablado, estudiado, enseñado y aprendido sobre las ventajas de ser hablantes interculturales, deberíamos vivir ya en un mundo cercano a un paraíso intercultural. Y sin embargo, asistimos perplejos a una sociedad que se desmorona por momentos, y que se puede calificar de muchas maneras, pero que queda muy lejos de poder ser definida como intercultural.

En esta comunicación muestro los resultados de un proyecto realizado con estudiantes de Español de los negocios en Trinity College Dublín, durante un periodo de dos años.

Con la premisa de que la competencia intercultural está íntimamente relacionada con el "Saber ser" (Byram, M., Gribkova, B. & Starkey, H., 2002) y que presupone una serie de actitudes que aprendemos o deberíamos aprender a lo largo de nuestra vida, se ofrecieron a los alumnos textos con aproximaciones diversas a temas conocidos, con el propósito bien definido de ayudar a desmitificar ideas, romper mitos o aclarar informaciones no precisas.

La lectura de estos textos, así como el trabajo realizado sobre sus contenidos, ayudó a reflexionar y en muchos casos cuestionar, los marcos de conocimiento desde los que sentimos, vemos y actuamos.

Al final del curso se observó un cambio significativo respecto a la visión que tenían con anterioridad sobre algunos de los temas tratados y se apreció el desarrollo explícito de actitudes como la curiosidad, la empatía o un interés más profundo por el descubrimiento del otro.

Asimismo se observó la necesidad de una nueva aproximación a la competencia intercultural en el aula de ENE.

Leticia Santana Negrín

Cultura y actividades digitales para EFE. ¿Aún es posible innovar?

Taller

En este taller reflexionaremos sobre la conexión de la cultura digital y la cultura—principalmente en el ámbito empresarial— del español para fines específicos, fijándonos en la dicotomía que parece existir entre la aplicación práctica del profesorado de diferentes herramientas y artefactos digitales en relación con la industria editorial y los recursos que desde ella se proponen. ¿Hay margen para la innovación en el ámbito digital cuando hablamos del español para fines específicos? ¿Hay una doble realidad en el uso y propuesta de tareas digitales? ¿Existe una demanda real de este tipo de recursos o realmente son una minoría los que la demandan?

Intentaremos dar respuesta a estas preguntas para, finalmente, presentar una propuesta de tareas digitales que trabajan la cultura en el ámbito EFE, analizando las ventajas e inconvenientes que hemos encontrado en el diseño de estas.

Gernot Schlögl

El español en el mundo de los negocios – experiencias de trabajo en Latinoamérica y España.

Plenaria

Desde la perspectiva y la experiencia de un hablante de español no nativo que ha pasado por distintas fases de aprendizaje y contacto con el español en el ámbito profesional, se presentarán una serie de reflexiones sobre experiencias personales. Además, se intentará dar una serie de recomendaciones sobre cómo llevar la comunicación en negocios en países hispanohablantes, cómo adaptar el estilo personal de comunicación en otros idiomas y, en última instancia, invitar a una discusión más amplia sobre los idiomas en el mundo de negocios.

Johannes Schnitzer

30 años enseñando ENE: logros alcanzados, retos pendientes

Plenaria

Si pasamos revista a la evolución que ha tenido lugar en los últimos 30 años en la enseñanza del “lenguaje económico” o del “español para los negocios” (en mi opinión dos denominaciones que no son en absoluto sinónimas), muy rápidamente nos puede parecer

que el punto de partida y el de llegada si sitúan en dos mundos diferentes. En muchísimos aspectos el mundo ENE de hoy poco tiene que ver con los comienzos de esta disciplina.

Sin embargo, si damos un paseo por esta parcela del saber y de la enseñanza específica, muy rápidamente también constatamos cierto malestar, cierta inseguridad y cierta desorientación entre los que trabajamos en este campo. O, en todo caso y a pesar de lo mucho que se ha conseguido, no nos sentimos mucho mejor que hace 30 años.

En mi contribución a las II Jornadas de Español para Fines Específicos de Viena describiré el camino recorrido, insistiré en lo que se ha conseguido hasta ahora, pero mencionaré también algunos puntos débiles y carencias que seguimos sufriendo. No presentaré resultados de un análisis exhaustivo, sino que invitaré a una reflexión compartida sobre qué podríamos y deberíamos hacer para optimizar nuestra labor y, al mismo tiempo, encontrarnos más a gusto en ENE.

[Sergio Serrano Serrano](#)

[Clasificación de los órganos jurisdiccionales: el Juzgado de Paz](#)

Comunicación

El objetivo de este taller se basa en exponer la clasificación de los órganos jurisdiccionales españoles, centrándonos en el Juzgado de Paz, por ser una figura que existe en España, pero que no existe en Austria, y a los alumnos les suele llamar la atención.

El taller es eminentemente práctico, en el que se ofrece un panorama general de estos órganos, para realizar una serie de actividades prácticas sobre la figura del Juzgado de Paz, a través del visionado de un video, donde aparece un juez de paz explicando las funciones que tiene, así como la terminología propia de este tema. Se finaliza mostrando una serie de actividades que el alumnado extranjero, de origen eslavo y germánico, (nivel B2-C1) ha realizado, así como los errores más comunes, con una propuesta para su posible solución. Por lo tanto, el tema de este taller pertenece al ámbito del español jurídico, en cuanto a la enseñanza de EFE y diseño curricular. Las conclusiones que se pueden extraer de este taller consisten en decir que no suele ser compatible la terminología jurídica en las diferentes lenguas, en nuestro caso, las eslavas y germánicas, con el español. Como consecuencia de lo planteado anteriormente, es importante introducir esta temática en la clase de ELE/EFE.

[María Antonia Setién Ortiz](#)

[La enseñanza de la fonética en el español de los negocios: análisis de manuales y propuesta didáctica](#)

Comunicación

Tema: El tratamiento de la competencia fonológica en la enseñanza del español de los negocios.

Objetivos: Tras comprobar la necesidad de desarrollar la competencia fonética como una de las competencias comunicativas esenciales que están contempladas en El Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER): aprendizaje, enseñanza, evaluación y en el Plan Curricular del Instituto Cervantes, el objetivo principal de esta comunicación es dotar a los profesores de español como lengua de especialidad con estrategias destinadas a crear materiales para la corrección fonética en el aula.

Los objetivos específicos son, a partir de un análisis de errores:

- Acotar y describir un error de pronunciación recurrente en los hablantes anglófonos: la diptongación de las vocales de apertura media.
- A partir del análisis de tres manuales de español como lengua de especialidad de nivel inicial (A1 y A2) exponer cómo se aborda la competencia fonológica en los mismos.
- Mostrar cómo crear materiales de corrección fonética para suplir las carencias que presentan los manuales de enseñanza de español de los negocios.

Conclusiones: Con la presente comunicación estableceremos un modo de aproximarse a los errores de pronunciación para, a partir de su conocimiento y descripción, crear materiales didácticos que suplan las carencias que se han observado en los manuales de enseñanza del español de los negocios.

Marcelo Tano

El análisis de necesidades lingüísticas de profesionales en ejercicio como herramienta para el diseño curricular en EFE

Comunicación

Tema: La temática general que se desarrolla en la presente comunicación es la adecuación de la enseñanza de EFE al perfil del alumnado a partir de un riguroso análisis de necesidades lingüísticas (ANL) de profesionales en ejercicio. El ANL se presenta como el punto de partida para la organización del proceso didáctico en EFE. Este tipo de análisis previo cobra una particular importancia dado que el aprendizaje de la lengua obedece a atenciones de uso en encuadres profesionales que determinan el enfoque que se dará a dicha enseñanza (TANO, 2014). Adaptar la programación a esos contextos concretos (EPG, 2014) es tarea ineludible de todo docente que se aventure por los caminos de la enseñanza del EFE. Desde esta perspectiva, el ANL es una actividad del desarrollo del currículo mediante la cual se relaciona la definición de objetivos con la selección de los contenidos de un programa (CVC, 2018). Para enseñar a comunicar en español en un ámbito determinado, antes de diseñar un curso a medida, primero hay que establecer con la mayor precisión posible para qué se necesita la lengua meta en contexto profesional (AGUIRRE BELTRÁN, 2012), por cuanto es necesario analizar la demanda precisa del usuario (GÓMEZ DE ENTERRÍA, 2009).

Objetivos: A la luz de marcos epistemológicos perfectamente definidos y de fuentes pertinentemente consultadas, con esta contribución perseguimos tres grandes objetivos:

- i) Aclarar cuáles son los conceptos clave del ANL destinado a profesionales.
- ii) Proponer un análisis crítico de los instrumentos de recogida de datos más apropiados para realizar un ANL a ejecutivos.
- iii) Suministrar ejemplos concretos de las variables que pueden intervenir en la elaboración de un ANL para mandos intermedios y altos directivos durante el ejercicio de su profesión.

Conclusiones: El ANL es un paso obligado del currículo centrado en el alumno que atiende a la evolución de las teorías curriculares de las últimas tres décadas y que, de forma progresiva, se ha impuesto como un requisito para la programación en EFE. La enseñanza centrada en el aprendiente implica que el docente esté permanentemente abierto para aceptar y analizar las necesidades reales de sus estudiantes. Esto conlleva a orientar la práctica docente hacia a los procesos, es decir, hacia la interacción dinámica que se establece entre los cinco componentes básicos del currículo (objetivos, contenidos, metodología, recursos y evaluación). En correlación con los tres objetivos de la presente contribución, se concluye que:

- Los conceptos clave que necesariamente deben aparecer en todo ANL que se realice a profesionales en ejercicio son (TANO, 2017): el perfil profesional, la formación inicial en español, la formación continua en español, las prácticas lingüísticas en el seno de la empresa u organización y el uso efectivo de la lengua española en el ejercicio de la profesión.
- Entre los instrumentos de recogida de datos más convenientes para realizar un ANL de profesionales que recurren a la lengua española en su trabajo figuran (GARCÍA SANTA-CECILIA, 1995; CASTELLANOS VEGA, 2010; AGUIRRE BELTRÁN, 2012) el test de nivel o de clasificación, el test diagnóstico de competencias, la autoevaluación, la entrevista, la discusión colectiva, la oferta de empleo y el documento auténtico. A estas herramientas podemos agregar otras tales como (TANO, 2017) la observación del discurso en situación de trabajo y, principalmente, el sondeo de profesionales en ejercicio à través de un cuestionario ad hoc.
- La elaboración de toda encuesta a profesionales orientada a efectuar un posterior ANL para un curso de EFE debe incluir necesariamente ciertas preguntas que integren las nociones avanzadas más arriba. Como fruto de nuestra investigación (TANO, 2017), basada en una encuesta ad hoc realizada a 79 profesionales franceses que utilizan la lengua castellana en su trabajo, daremos a conocer las variables que se consideran pertinentes para: describir el perfil laboral de los encuestados, conocer mejor su preparación inicial y su capacitación continua en español, evidenciar sus prácticas comunicativas y, por último, determinar el uso objetivo que hacen de la lengua española cuando ejercen su profesión.

Francisco Javier Uclés Sánchez

Desarrollo de una experiencia de metodología cooperativa a través del aprendizaje-servicio (ApS) en un curso de español (B1, Montanuniversität, Leoben) y sus implicaciones desde la Neurodidáctica

Comunicación

Tema: Desarrollo de una experiencia de metodología cooperativa a través del aprendizaje-servicio (ApS) en un curso de español (B1, Montanuniversität) y sus implicaciones desde la Neurodidáctica.

Objetivo: Justificar desde el enfoque de la Neurodidáctica el uso de la metodología cooperativa en general y del aprendizaje-servicio (ApS) en particular implementado en un curso de español. El ApS es una propuesta formativa que consiste en aprender “haciendo un servicio a la comunidad” En este caso, los/as alumnos/as que asisten a este curso de español, además de recibir el programa de contenidos de nivel B1 planificado para este semestre (según MCERL), realizan una tarea cooperativa. El objetivo de la misma será el ofrecer un servicio a los/as estudiantes de habla materna española que precisan pasar una temporada en Leoben (debido por ejemplo a un semestre Erasmus, semestre de prácticas, etc.) El resultado final será la creación de un material en español dirigido a favorecer la integración de estos/as estudiantes en Leoben, tanto en el ámbito académico o laboral como en su vida privada (infografías de procesos técnicos relacionados con las especialidades de la Montanuniversität, glosarios de términos o conceptos académicos que precisan conocer, diseño de folletos relacionados con la vida estudiantil en Leoben, etc.). Este material final se ofrece al Departamento de Relaciones Internacionales de la Montanuniversität como material divulgativo.

Conclusiones: Neurodidáctica y trabajo cooperativo ¿Por qué? Las neuroimágenes revelan (resonancia magnética funcional) como durante las tareas cooperativas se activan regiones del sistema de recompensa cerebral (núcleo accumbens) o la corteza prefrontal ventromedial, que interviene en la toma de decisiones emocionales. Además, la liberación del neurotransmisor dopamina refuerza el deseo de continuar la interacción, y ello genera más altruismo y permite aplazar la recompensa (resultado final) de los participantes que cooperan en la tarea. Evidencias empíricas constatan como nuestros cerebros están preparados para la interacción social. Si el/la docente se aproxima a este fascinante enfoque de la Neurodidáctica, percibirá como el acto educativo se convierte en una posibilidad de cambio en el/la discente. Citando a Michael Gazzaniga “el cerebro humano ha desarrollado circuitos neuronales que nos permiten prosperar en un contexto social” Entonces, ¿por qué no hacerlo en nuestras clases de español?