
TALLER 1

Carmen San Julián García

Dublin Business School, Irlanda

Profesora de Español para los Negocios en Dublin Business School (DBS) y en Trinity College Dublin (TCD). Su campo de investigación se centra en el estudio del componente intercultural en la clase de ENE, la relación entre éste y la economía, la política y la sociedad, la forma en la que interactúan y se influyen mutuamente y el efecto que tienen en la adquisición de la competencia lingüística en la lengua meta.

El español de los negocios: una lengua “sentipensante”

En la actualidad, una gran parte de las transacciones que se realizan en español se hacen a través de la red y muchas de ellas están directamente relacionadas con el mundo de los negocios (García Delgado, Alonso y Jiménez, 2016). Negociar en la lengua meta facilita las inversiones internacionales, reduce los costes de transacción y acorta la distancia psicológica entre los agentes económicos (Instituto Cervantes, 2012).

Aprender a comunicarse en otra lengua de una manera fluida y en lo posible, libre de interferencias, es un proceso largo, complejo y perfectible por definición. Cuando estudiamos una lengua, cada uno de nosotros tiene unas expectativas individuales que están vinculadas a marcos de conocimiento culturalmente mediados (Amenós, Ahern y Guijarro Fuentes, 2010) que si bien nos ayudan a organizar y comprender mejor nuestro mundo, pueden ser un gran obstáculo para entender otros.

Los profesores de ENE debemos proporcionar a los aprendientes no sólo un conocimiento lingüístico y cultural sino también valores (responsabilidad, esfuerzo, respeto, curiosidad, etcétera) que sean útiles en diferentes ámbitos de su vida (Guilherme, 2002) y que faciliten la comunicación (y la negociación) con personas pertenecientes a otras culturas.

No hay recetas infalibles que aseguren la adquisición de una buena competencia lingüística, pero un primer paso puede ser convertir nuestras clases en espacios interdisciplinarios que nos enseñen a mirar de otro modo lo nuevo y lo ya conocido, que nos ayuden a conocernos y a conocer al otro. Crear espacios “sentipensantes” (Galeano, 1989) que generen multitud de preguntas, verdadera fuente de conocimiento.

El taller ofrece una serie de ejercicios prácticos para hacernos sentir y pensar la lengua, porque una lengua que no se siente no comunica y una lengua que no comunica no sirve para negociar.

TALLER 2

Carlos Schmidt Foó y Iolanda Nieves de la Vega

Universidad de Navarra, España

Carlos Schmidt Foó: Director y profesor de la unidad docente Business Spanish for Communication en IESE Business School (Universidad de Navarra). Doctor en Educación (Enseñanza de lenguas) por la Universidad de Barcelona, profesor del Máster Universitario en ELE del CIESE-Fundación Comillas, ponente en cursos y congresos sobre español para fines específicos y autor de materiales específicos para la enseñanza-aprendizaje de español de negocios.

Iolanda Nieves de la Vega: Profesora de español de negocios de la unidad docente Business Spanish for Communication en IESE Business School (Universidad de Navarra) y profesora adjunta de la Universidad de Chicago de español de negocios en su programa Study Abroad en Barcelona. Licenciada en Filología Hispánica. Ponente en varios cursos y conferencias sobre español para fines específicos (UIMP, Universidad de Valencia y CIESE-Comillas). Es creadora de materiales específicos para la enseñanza-aprendizaje de Español de Negocios.

Cognición y formación del profesor de LpFE: el método del caso como punto de partida para la reflexión y el desarrollo de las competencias docentes

De acuerdo con la corriente de pensamiento e investigación centrada en el estudio de la cognición del docente (Borg, 2003, 2006, 2009, 2012; Kubanyiova y Feryok, 2015; Song, 2015; Woods, 1996), este actúa y decide según se representa aspectos tales como los relacionados con la naturaleza y sentido de su trabajo o con el impacto que su labor tiene en otros.

Todo ello es resultado de su desarrollo profesional y personal, tanto a nivel consciente como inconsciente, y determina en buena medida su competencia y actuación docente; particularmente si entendemos la noción de competencia desde una perspectiva fenomenológica interpretativa (Sandberg, 1994, 2000; Velde, 1999), planteamiento que la vincula de forma específica con la cognición y pensamiento del docente; es decir, con el conjunto de creencias y representaciones que el docente maneja de sí mismo, de la realidad que le rodea y de los demás.

En este taller queremos compartir una propuesta de actuación pedagógica en el contexto de formación de docentes de LpFE. Nos proponemos hacer uso del recurso pedagógico del método de análisis y discusión de casos con el fin de acercar al docente a determinados conceptos relacionados con el hecho organizacional, cuya complejidad y dinamismo, desde nuestro punto de vista, residen no tanto en los aspectos y estructuras formales de las organizaciones como en las personas que las integran y en sus interacciones (Schmidt, 2016). A partir de la discusión generada, reflexionaremos sobre cómo estos elementos pueden ser relevantes para una concepción de la enseñanza-aprendizaje de LpFE más amplia, dinámica y cercana a la realidad del alumno-profesional de LpFE.

TALLER 3

Leticia Santana Negrín

Editorial enClave-ELE, España

Máster en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera por la UDIMA. Ha desempeñado su labor docente en contextos tan diferentes como aulas multiculturales de inmigrantes y refugiados adolescentes en niveles iniciales, clases con adultos de Próximo Oriente y Asia Oriental en niveles superiores; así como trabajos de alfabetización. En el último año ha trabajado como profesora en Reino Unido. En el ámbito editorial ha colaborado en la revisión de contenidos, creación y diseño de materiales audiovisuales. Actualmente es delegada pedagógica en la editorial enClave-ELE.

Dinamizando la clase de EFE: propuestas para creativizar los textos de español para fines específicos

Una de las mayores dificultades que presentan las clases de español para fines específicos, es la gran cantidad de textos que presentan los manuales de esta naturaleza.

Es por eso que el profesor se encuentra con una dificultad añadida a la hora de dinamizar las clases y cumplir con la programación establecida, donde se hace imprescindible la búsqueda de actividades que permitan llevar a cabo los ejercicios de comprensión lectora manteniendo la atención y la dinámica deseables en cualquier clase de lenguas.

En este taller, se proponen distintas actividades para trabajar con textos e intentar romper la monotonía y densidad que normalmente presentan los materiales de español para profesionales.

Los ejemplos proporcionados son aplicables a cualquier sector (jurídico, turismo, negocios, etc.) y provienen de distintas fuentes (textos reales, prensa, distintas editoriales, etc.) aplicables prácticamente a cualquier clase de español.

Este taller no es de carácter comprensivo y explicativo, no es una simple reflexión sobre la importancia de que las actividades llevadas al aula sean significativa y variadas, no es solo una reivindicación teórica. Se trata de dotar de herramientas al profesor.

TALLER 4

Alicia Catalá Hall

Universidad de Barcelona, España

Estudiante de Doctorado y profesora colaboradora.

Cómo ser profesor de efe y no morir en el intento

Este taller pretende mostrar la problemática existente entre los futuros profesores de efe e intentar plantear soluciones entre todos. Para ello, partimos de los resultados obtenidos de una encuesta que realizamos durante tres años consecutivos a los estudiantes que realizaban el Máster de experto en español como lengua extranjera en ámbitos en la Universidad de Barcelona. La intención de esta encuesta era conocer a nuestro alumnado y sus nociones sobre el campo de fines específicos. Queríamos averiguar qué consideraban ellos como la base de una clase de efe, o cuál es la función del profesor de fines profesionales, entre otros interrogantes. Por consiguiente, el primer día de clase se entregó a los estudiantes un cuestionario que debían rellenar y entregar al momento. Las preguntas de la encuesta se diseñaron en torno a las creencias equivocadas, la metodología, conocimientos y rol del profesor. Asimismo, se tuvieron en cuenta los posibles problemas derivados de los contenidos del curso; temas que expuso Sabater (2000) en su taller recogido en el I Ciefe con el título “Aspectos de la formación del profesorado español para fines específicos”. La sorpresa ha puesto de manifiesto que, tras revisar las respuestas de los futuros profesores, siguen vigentes los mismos errores, falsas creencias y malentendidos, así como los mismos miedos e inseguridades que expuso Sabater dieciséis años atrás: ¿Cuál es mi labor como profesor de efe? ¿Cuáles deben ser mis conocimientos? ¿Cómo voy a enseñar un campo que no es mi especialidad? ¿Cómo enseñar la profesión de mis alumnos? ¿Cómo voy a dominar un campo profesional que no conozco? ¿Cómo abordar el léxico tan especializado? Creemos que ha llegado el momento de cambiar la percepción, enfrentarse a los miedos y derrumbar todas estas falsas creencias con el fin de ser profesor de efe y no morir en el intento.

TALLER 5

Azucena Massó y Fernando Quintero

Escuela de Altos Estudios Comerciales (EDHEC Business School) – IÉSEG School of Management, Francia

Ambos imparten clases de Comunicación, Negocios y Deporte, ELE y ENE en la Universidad y en Escuelas de Comercio (IÉSEG School of Management y EDHEC Business School). Así mismo, colaboran con el Instituto Cervantes como tribunal DELE, y participa regularmente en congresos y otros programas de formación.

La motivación como eje central de la enseñanza con fines específicos en la era digital

La cuestión principal que justifica nuestra propuesta surge de la experiencia en las aulas. Después de años trabajando como profesores, creemos que todos nos hemos preguntado alguna vez: “¿cuáles son los condicionantes que permiten crear un ambiente de aprendizaje propicio para nuestros estudiantes?”.

A través de distintas conferencias, congresos y lecturas, tenemos a nuestra disposición numerosas respuestas, que van desde la atención a los diferentes estilos de aprendizaje, el desarrollo de las inteligencias múltiples de cada alumno, la introducción del componente lúdico en el aula, el uso de una gramática significativa... hasta la introducción de la comunicación como medio para desarrollar las destrezas.

En todo caso, un elemento común subyace: motivación. Usemos el enfoque que usemos, trabajemos con un manual u otro, utilicemos una aproximación lingüística más tradicional o más innovadora, finalmente la motivación y la actitud del profesor y del estudiante constituyen un pilar fundamental del proceso enseñanza-aprendizaje.

Por tanto, nuestros objetivos con el presente taller serán analizar las estrategias existentes (Dornyei, Z.) para potenciar la motivación de los estudiantes en un contexto de enseñanza con fines específicos; debatir con los asistentes los factores que canalizan la motivación en sus aulas; discutir sobre la actitud del profesor y sus consecuencias sobre el buen ambiente en el aula; ofrecer ideas prácticas a los asistentes para establecer en el aula de EFE un clima que fomente la curiosidad, el diálogo y el desarrollo personal; y extraer conclusiones sobre la relación que existe entre la actitud y motivación del profesor y la de sus estudiantes en la era digital.

Nuestras propuestas se basarán en actividades realizadas con estudiantes de español de los negocios principalmente, es decir, en enseñanza superior universitaria. Pero gran parte de estas técnicas pueden emplearse en otros niveles de enseñanza y públicos variados.

En definitiva, queremos que el taller aborde las buenas prácticas que los asistentes al taller utilizan para fomentar la motivación en sus aulas, comparándolo con la literatura existente sobre el tema y

presentando algunas de las propuestas que mejor nos han funcionado en nuestra experiencia en las aulas de EFE.

TALLER 6

M. Pilar González Ruiz

Universidad de Gante, Bélgica

Trabaja como asistente del departamento de español de la Facultad de Economía y Empresariales.

La instrucción gramatical en el enfoque comunicativo del EFP

Los grupos son cada vez más grandes, y las horas de contacto cada vez menos. Esto supone un reto para los profesores, ya que los objetivos se mantienen. En nuestro taller queremos mostrar cómo el profesor alarga las horas de contacto usando la plataforma educativa, de manera que los alumnos trabajen, investiguen y produzcan materiales más allá del aula, sin que les suponga una sobrecarga.

El español económico es una asignatura tremendamente conectada con la actualidad y queremos que nuestros alumnos sean conscientes de eso, y lo sean en español. La sociedad de la información actual hace posible que los alumnos tengan muy fácil acceso a materiales auténticos, pero esto, a veces, puede asustar a los alumnos. Por esta razón, creemos que es muy importante combinar desde los niveles iniciales la instrucción gramatical con ejercicios de producción propia, tanto oral como escrita (Cadierno, T., 2010). En nuestra plataforma los alumnos encuentran una combinación de ejercicios cerrados y ejercicios de producción propia que deben trabajar de forma individual o en grupo.

La importancia del papel del profesor que guiará el desarrollo educativo de los alumnos es innegable para alcanzar con éxito nuestros objetivos de competencia comunicativa y competencia gramatical (Gutiérrez Araus, M.L., 1998).

TALLER 7

Héctor Eduardo Calderón Lazo

Universidad de Santiago de Chile

*Docente de Evaluación de los aprendizajes en Pre Grado Universidad Católica Silva Henríquez (UCSH),
Docente de Español I y II Ingeniería Eléctrica Universidad de Santiago de Chile (USACH).*

Metodología de comprensión y redacción de textos Técnicos en Ingeniería Eléctrica

Un desafío para los estudiantes de Ingeniería Eléctrica es volver a estudiar el español considerando que se encuentran en un ambiente técnico y matemático, sin embargo se ha visto la necesidad de fortalecer aspectos específicos del español en un contexto muy particular, que requiere de una metodología diferente a la que asistieron en los años de estudio básicos y medios. Esta metodología parte de una base andragógica, ya que los estudiantes son de una modalidad vespertina que requiere de herramientas prácticas e inmediatas.

Metodología: Un objeto cualquiera es relacionado con categorías de ideas que forman parte de dicho Objeto (puede ser tangible o abstracto) SER – HACER – TENER – CONTEXTO, son estas categorías de ideas las que darán la nueva forma de enfrentar el texto, sin entrar en contradicciones con las enseñanzas tradicionales. La orientación de esta metodología es únicamente para textos técnicos, ya que no es posible aplicarla a textos literarios (poemas o cuentos). La intención es desarrollar en los estudiantes una forma diferente de pensar los textos, ya sean informes o investigaciones, al momento de desarrollar sus tesis. Cuando los estudiantes llevan a la práctica esta metodología genera un ordenamiento de las ideas, sin generar una dispersión del tema tratado, ya que se aborda al Objeto en su naturaleza (SER) lo que hace, su actividad (HACER), sus componentes (TENER) y situado en un lugar específico (CONTEXTO). Cuando se arma o se lee un texto teniendo estas categorías de ideas, dicho texto está con toda la información necesaria para comprenderlo o transmitirlo.

Montserrat Alonso Cuenca y Rocío Prieto Prieto

New York University - Madrid, España

Ambas son autoras del método "Embarque ELE" (niveles A1, A2, B1 y B2). Editorial Edelsa. Madrid. Directoras del Curso de Formación en la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera para uso profesional: el español de los negocios y del turismo. UIMP, 2006. Son igualmente formadoras de profesores. Universidad de Valladolid, UIMP y Universidad de Valencia y miembros del Comité Científico del I Congreso Internacional "El español, lengua del futuro". Federación Internacional de Asociaciones de Profesores de Español (FIAPE).

El juego: un recurso didáctico para la enseñanza del léxico en la clase de EFE

El objetivo de este taller es ofrecer actividades lúdicas de fijación del léxico desde un punto de vista receptivo (reconocer y comprender unidades léxicas en el contexto de la comprensión auditiva o escrita) y productivo (recuperar y utilizar adecuadamente unidades léxicas en la expresión oral y escrita) y diseñadas de acuerdo con los descriptores que hace el MCER para los niveles B1, B2, C1 y C2 con el propósito de fijar las diferentes unidades léxicas (marcadores conversacionales, frases hechas, fórmulas sociales, colocaciones, etc.) del ámbito del turismo, de los negocios y de la salud en los diversos niveles:

1. nivel fonético-fonológico y gráfico
2. nivel morfológico
3. nivel sintáctico
4. nivel semántico
5. nivel discursivo
6. nivel sociocultural

Nuestra propuesta implica, por parte del alumno, ser consciente de la importancia del léxico en su etapa de aprendizaje y, por parte del profesor, la necesidad de seleccionarlo de forma adecuada en su enseñanza.

María Sodore

Editorial Edelsa

María Sodore es licenciada en Filología Hispánica por la universidad de Burdeos y titular de un máster de Estudios ibéricos y latinoamericanos aplicados a la gestión de empresas cursado en La Sorbona, en París. Entre 1996 y 2004 se ha dedicado a la promoción de materiales de Español Lengua Extranjera como asesora pedagógica dentro del Departamento de Marketing de la editorial Edelsa en ámbito nacional e internacional. Desde 2004 es responsable de proyectos dentro del Departamento de Edición de Edelsa. Además de editar manuales para adultos, niños, cursos de preparación al DELE y material complementario, es editora de los productos de fines específicos Entorno laboral, Entorno empresarial y Entorno turístico.

Situaciones reales en el español de turismo

¿Qué objetivos y contenido incluiría un curso de español del turismo?

En el curso que se propone en este taller hay numerosos ámbitos cuyo léxico tanto los profesionales como los turistas, oferentes y demandantes de servicios turísticos necesitan para una comunicación eficaz, además de los tecnicismos propios que utilizan los profesionales del sector para comunicarse entre sí.

Asimismo, es importante enfocar el curso en el uso de la lengua en situaciones comunicativas específicas del turismo en las que se refleja esa relación recíproca entre profesionales y turistas. Mediante ejercicios de práctica oral controlada se posibilita que unos y otros practiquen estos encuentros, que están regulados por criterios profesionales, formales en general.

Cabe destacar la variedad de géneros textuales utilizados en el sector del turismo tales como: catálogos, folletos, anuncios publicitarios, artículos de prensa, formularios de opinión, cartas, etc. Es importante

presentar modelos, a ser posible auténticos, de estos textos y analizar sus características en cuanto a estructura, contenido y estilo.

Una excepción a esta diferencia se da en la comunicación virtual, en la que ambos grupos deben producir textos, al igual que en la vida real. El uso de internet ha cambiado la comunicación entre oferta y demanda de bienes y servicios y el sector turístico es uno de los que se ha visto más directamente afectado. En la actualidad, los turistas expresan abiertamente sus opiniones sobre los servicios recibidos en hoteles, restaurantes, agencias, etc. a través de las redes sociales y foros de sitios web especializados. Dada la enorme influencia potencial de estas opiniones, los profesionales del turismo se ven obligados a reaccionar contestando directamente a sus clientes. Por lo tanto, en el aula es importante trabajar estas destrezas proporcionando ejemplos auténticos a partir de los cuales poder conocer más a fondo y practicar esta modalidad de comunicación escrita.

El turismo incluye un componente humanístico y cultural (civilización, patrimonio cultural, geografía turística), cuyo conocimiento es esencial para conseguir la competencia comunicativa adecuada en este ámbito.

TALLER 10

Rebeca Fernández Rodríguez

Universidad de Ámsterdam, Países Bajos

Licenciada en Traducción e Interpretación y doctora en Lingüística por la Universidad de Valladolid (España). Ha sido investigadora en Universiteit van Amsterdam (Holanda) y Tokyo University of Foreign Studies (Japón). Trabajó durante 5 años en la Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal) donde fue vice-directora del Master de Enseñanza de portugués y Español. Actualmente trabaja en la Universidad de Ámsterdam, siendo sus áreas de investigación la lingüística y la traducción.

Estrategias para la enseñanza de la traducción

La traducción es un acto de comunicación intercultural en el que además de los elementos básicos de la comunicación (emisor, mensaje, receptor y canal), vamos a encontrar otros como el iniciador de la traducción, el traductor, la traducción, el contexto de inicio y el de llegada y la función de la traducción. No solo observamos el enfoque textual, sino también contrastivo y pragmático, además de literario o filosófico.

El enfoque didáctico de la traducción implica la colaboración entre alumnos y entre alumnos y profesor a fin de incorporar destrezas comunicativas, de negociación, de revisión de trabajo y de desarrollo de relaciones interpersonales que permitan identificar las diferentes fases del proceso de traducción (comprensión > reformulación > comprobación). Un análisis de textos paralelos de varios géneros permitirá a) observar determinadas estructuras léxico-gramaticales (selección de tiempos y modos verbales, colocaciones, orden de palabras, etc.); b) detectar posibles problemas de traducción; y c) contrastar diferentes estrategias traductológicas.

La intención del taller es proponer una línea metodológica para la enseñanza de la traducción, así como estudiar diversas situaciones de aprendizaje a través de la reflexión sobre el proceso de traducción, las características de los textos, la identificación de problemas y errores de traducción y su solución mediante estrategias y la negociación de significados.

COMUNICACIONES

COMUNICACIÓN 1

María Victoria Abad Rabat

Rice University - Houston, EEUU

Licenciada en Filología Hispánica por la UCM (2009) con Máster Universitario en Español como Lengua Extranjera de la misma institución (2010). Lectora MAEC-AECID en la Universidad de California Los Angeles hasta el 2013. En la actualidad trabaja como lectora de español en la Universidad de Rice

(Houston - Texas), en donde desarrolla propuestas curriculares innovadoras fundamentadas por aportaciones de la investigación teórica.

La competencia interaccional y los cursos de español para profesiones médicas: aportaciones del análisis de la conversación a la creación de materiales

La enseñanza de español con fines específicos continúa aumentando su presencia en las universidades estadounidenses como respuesta al descenso del interés del alumnado por los cursos de literatura y de cultura. Los estudiantes de carreras de las ciencias de la salud buscan, cada vez más, una aplicación inmediata para su futuro profesional: comunicarse eficazmente con la población hispanohablante monolingüe en el contexto de la consulta médica.

Ahora bien, establecer una buena relación médico-paciente requiere más que el conocimiento del léxico especializado. En particular, Cordella (2004) apunta a la necesidad de adoptar técnicas que demuestran empatía, el uso de marcadores de apoyo y otras prácticas de escucha activa, cuya ausencia por impericia del profesional pondría en peligro dicha relación. Para alcanzar este objetivo, el desarrollo de la competencia interaccional, definida como la habilidad de (1) entablar interacciones orales con varios participantes para construir la conversación de manera conjunta y (2) de realizar acciones sociales adecuadas al contexto de la interacción y a sus objetivos sociales o institucionales (Barraja-Rohan, 2000), se impone como una herramienta idónea para el aula.

Esta presentación plantea una propuesta didáctica para el desarrollo de la competencia interaccional a través de la ejemplificación con muestras de habla naturales (grabaciones de consultas médicas reales). Los principios metodológicos son el uso de la inducción consciente por descubrimiento guiado (Ambioern, 2009) y el análisis explícito de mecanismos de la interacción, tales como la negociación de significados, la identificación y reparación de fallos en la comunicación o la descripción de prácticas de escucha activa.

Se presentarán ejemplos de actividades didácticas y herramientas de evaluación originales, que han sido utilizadas y perfeccionadas a lo largo de dos años académicos con nueve grupos de estudiantes en la Universidad de Rice. Asimismo, se propondrán posibles aplicaciones de esta metodología a otros campos del español de las profesiones.

COMUNICACIÓN 2

María Lluïsa Sabater

Universitat de Barcelona, España

Profesora en el Máster de didáctica de español para profesores de Español Lengua Extranjera. *Ha sido responsable del Departamento de español en la Ecole Supérieure du Commerce Extérieur de París. Fue profesora en el Instituto Cervantes de París y en el Institut des Sciences Politiques de la misma ciudad. Es tutora de la asignatura de Español para Uso Profesional del Master para profesores de E/LE de la Universitat de Barcelona y autora de los materiales y del mismo Master. Es coautora de dos métodos de español para los negocios, "Hablemos de Negocios" y "SOCIOS/COLEGAS 2", de la "Guía para el diseño de currículos especializados" del Instituto Cervantes y del "Plan Curricular de Español de los Negocios de la Fundación Comillas". Ha obtenido el Doctorado en la UB con una tesis sobre el análisis pragmático de la intensificación en la lengua de las negociaciones comerciales realizadas por estudiantes francófonos como actividad de clase.*

Los elementos no verbales del discurso: papel e importancia en las negociaciones comerciales.

La comunicación que se propone tiene como objetivo reflexionar sobre el canal semiótico no verbal en el discurso de las negociaciones comerciales en español y la pertinencia de su inclusión en los contenidos de las clases de EUP.

A partir de los resultados obtenidos en un trabajo de investigación realizado sobre los recursos de intensificación en el discurso utilizado por estudiantes francófonos en una simulación de negociación realizada en el aula, se demuestra que el canal verbal y el no verbal del lenguaje oral actúan siempre juntos y que su correcta emisión e interpretación son importantes para conseguir una comunicación fluida que favorezca el desarrollo de la negociación.

Nuestra reflexión nos conduce a afirmar que existen dos razones sólidas para su inclusión en las clases de Español para Uso Profesional. En primer lugar, la reflexión sobre la comunicación no verbal puede

servir para que los alumnos desarrollen la conciencia lingüística en su proceso de aprendizaje y de este modo perciban que para comunicar adecuadamente tienen que dominar tanto los recursos verbales como los no verbales de su discurso oral.

En segundo lugar, consideramos la importancia del elemento cultural en el ámbito de la comunicación no verbal. En el campo concreto de la negociación comercial, el conocimiento recíproco de la no verbalidad como elemento indisociable del lenguaje oral permite evitar malentendidos si las dos partes negociadoras proceden de culturas que no tienen los mismos códigos de lenguaje no verbal. Por ello, hay que tener en cuenta el paralenguaje en las actividades que se propongan a los estudiantes, lo que, en definitiva, redundará en una mejor competencia comunicativa en su desempeño profesional en el ámbito hispanohablante.

Finalmente, proponemos incluir la comunicación no verbal en los criterios para evaluar la eficacia comunicativa de las interacciones orales de los aprendientes de lengua para uso profesional.

COMUNICACIÓN 3

Reda Abi-Ayad

Centro de Investigación en Antropología Social y Cultural (CRASC) - Orán, Argelia

Investigador en CRASC, Unidad de Traducción y Terminología URTT. Doctorando en literatura española época Siglo de Oro, sobre el tema: "Cervantes entre el Quijote y el Persiles"

El español aplicado al dominio de la construcción

El tema que queremos desarrollar a través de nuestra comunicación es el español aplicado al dominio de la construcción. En efecto, como consecuencia de la última crisis económica en Europa en general, y en España en particular, muchas empresas y constructoras españolas no tuvieron más remedio que deslocalizarse a otros países tales como África del norte (Argelia, Marruecos, ...), Países del Golfo (Dubai, Qatar, ...) o Latinoamérica para poder subsistir y hacer frente a esa crisis.

Para poder realizarse dicha cooperación, tanto las empresas españolas (OHL, DRAGADOS, ESCISA...) como las que solicitaron su colaboración tuvieron que buscar una lengua común para comunicarse y poder intercambiar experiencias a nivel profesional. De allí la necesidad de desarrollar un vocabulario español específico mediante manuales temáticos y diccionarios bilingües técnicos, como complemento a los diccionarios español clásicos o bilingües generales.

La idea de este diccionario que vamos a presentar apareció en el seno de una obra de construcción española en Argelia (CIVICONS), para responder a una necesidad inmediata y concreta de los ingenieros y obreros españoles y argelinos con el fin de entenderse y poder comunicarse dentro del ámbito profesional. Se trata de un diccionario técnico bilingüe (español, francés) en papel, con un vocabulario técnico básico, adaptado al dominio de la construcción.

Encontramos en el diccionario la traducción de términos relativos a la **herramienta** usada en una obra, al **material** utilizado, a las **acciones** relativas a la **construcción** y también otros campos de aplicación tales como la **fontanería**, la **electricidad**, etc. La primera etapa consistía en recopilar los términos más usados en la obra en español y en francés (Lengua usada en Argelia) para ofrecer luego una traducción rigurosa en ambas lenguas.

Unos años más tarde, se sometió la idea de este diccionario técnico (español-francés) al Centro de Investigación de Orán CRASC, que propuso completarlo añadiendo el árabe y el inglés para que abarcara a un público más amplio (figura actualmente en la lista de los proyectos de investigación en elaboración).

COMUNICACIÓN 4

Frederico Chaves Sampaio Júnior

Instituto Federal de Sergipe, Brasil

Profesor de Español. *Graduado en Letras Español por la Universidade Federal de Sergipe. Especialista en Magisterio Superior por la Universidade Tiradentes. Mestre en Lingüística por la Universidade Federal de Alagoas. Doctorando en Lingüística Aplicada por la Pontificia Universidade Católica de São Paulo.*

El Uso del WhatsApp en un Curso de EFE para Guías de Turismo

Este trabajo de doctorado tuvo como objetivo investigar la opinión de alumnos sobre el uso del *WhatsApp* en un curso de Español para Fines Específicos (EFE) para guías de turismo. Para eso, antes del curso, identifiqué cómo los guías de turismo del estado de Sergipe (Brasil) utilizaban la red social *WhatsApp* en su contexto laboral. La investigación combina la enseñanza de Lenguas para Fines Específicos (HUTCHINSON e WATERS, 1987; HOLMES, 1981; DUDLEY-EVANS e ST. JOHN, 1998 e BELTRÁN, 2000; RAMOS, 2004, 2005; VIAN JR, 2008), y la aplicación de redes sociales en la educación (PONCE, 2012). El curso fue gratis al público, mediado por *smartphones* con el *WhatsApp* instalado; impartido con la metodología aula invertida (BERGMANN, SAMS, 2012; SCHELL, 2013; VALENTE, 2014; VOSGERAU ET AL, 2015); y respaldado por la teoría de aprendizaje del Conectivismo (SIEMENS, 2004; DOWNES, 2007, 2012). Ese curso tuvo como público guías de turismo que estaban de servicio y de pre servicio en el estado de Sergipe. Se trata de una investigación cualitativa por intermedio de la metodología de estudio de caso (STAKE, 1994, 1998; DENZIN y LINCOLN, 2006; YIN, 2010; STAKE, 2011). La obtención de datos fue realizada por medio de grabaciones de audio de las clases del curso, entrevistas, cuestionarios, registro de las comunicaciones via *WhatsApp*. Los Corpus obtenidos fueron analizados mediante técnicas del análisis de contenido (ESTEVES, 2006; BARDIN, 2011; CHIZZOTTI, 2014). De este modo, los resultados de esta investigación demostraron que el uso del *WhatsApp* en un curso de EFE para guías de turismo posibilitó oportunidades de aprendizaje formal, no formal e informal que motivaron a los alumnos y disminuyeron problemas comunes en el proceso de enseñanza aprendizaje de EFE para guías de turismo.

COMUNICACIÓN 5

Cristina Alcaraz Andreu

Università Cattolica del Sacro Cuore - Milán, Italia

Desde hace más de 10 años es profesora de ELE y EFE en el Departamento de Ciencias Lingüísticas y Literaturas Extranjeras de la Università Cattolica del Sacro Cuore (Milán, Italia). Imparte clases en el Máster de Formación de Profesores de Español (SSIS) en dicha universidad. Ha colaborado con el IC de Milán como profesora de ELE, miembro de tribunales de los DELE, además de realizar seminarios de formación de profesores. Así como profesora de EFE en el CINC (Centre Internacional de Negocis de Catalunya).

Jugando se aprende: Pokémon GO y el sector del turismo en EFE

Según Labrador y Morote (2008:73): *“El juego establece un clima relacional, afectivo y emocional basado en la confianza, la seguridad y la aceptación en el que tienen cabida la curiosidad, la capacidad de sorpresa, el interés por el conocimiento y la interacción con los demás.”*

A partir de esta definición de juego, aplicada, a su vez, al campo de la didáctica de EFE en el sector turístico, y con la ayuda de las nuevas tecnologías, se obtiene una receta mágica: el uso de la aplicación de Pokémon GO en el aula de EFE. Concretamente, en el sector turístico.

El propósito de esta investigación es el de sacar a relucir todos aquellos componentes que nos ofrece una actividad lúdica a través de dispositivos móviles con las ventajas que conlleva el concepto de *m-learning* durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de EFE.

Fumero Reverón (2010) define el aprendizaje a través de *Mobile Learning* como una escuela en el bolsillo. De ahí que la aplicación didáctica de Pokémon GO sea un recurso posibilitador del aprendizaje colaborativo, motivador, que estimula la comunicación fuera del aula por medio del *learning by doing* activando la competencia sociolingüística y sociocultural.

En conclusión, Pokémon GO utiliza ubicaciones reales con el objetivo de animar a nuestros aprendices para que salgan a explorar la zona elegida para la tarea. En su camino encontrarán las Poképaradas, situadas en algunos de los lugares más interesantes: como instalaciones de arte, puntos históricos y monumentos públicos. Asimismo, en el Gimnasio, podrán entrenarse con sus compañeros de equipo para derrotar a otros equipos y, de esta manera, obtener una recompensa como motivación extrínseca. Todo ello bajo el amparo del profesor con su rol de facilitador; ya que, los estudiantes conocen muy bien el medio, pero los profesores deben enseñarles cómo utilizar en un ambiente formativo.

COMUNICACIÓN 6

David Sánchez-Jiménez

New York City College of Technology (CUNY), EEUU

David Sánchez Jiménez ha publicado numerosos estudios en el ámbito de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas extranjeras, particularmente sobre la producción del discurso académico de los estudiantes no nativos en español. Sus principales líneas de investigación son la organización retórica del discurso académico, las funciones de la citación en el discurso académico y la interculturalidad en la retórica y en la sociopragmática de los textos escritos en L2.

[Aproximación didáctica al aprendizaje de las funciones retóricas de las citas en el discurso académico universitario](#)

El presente estudio investiga cómo conciben la práctica de la citación en el contexto académico dos comunidades sociales de distinta nacionalidad (estadounidense, española), pues mediante ella el escritor comunica a los miembros de su comunidad científica no sólo la amplitud de conocimiento que atesora sobre un espacio gnoseológico concreto dentro de la disciplina que estudia, sino también la estimación de estos trabajos a través de su personal punto de vista sobre la materia abordada.

Para estudiar este fenómeno se realizó un análisis contrastivo utilizando la metodología del análisis textual computarizado de las funciones retóricas de las citas en la escritura de un trabajo de investigación universitario de máster realizado por 8 estudiantes estadounidenses y 8 españoles en su lengua nativa, ordenadas estas en una tipología clasificadora de 9 categorías.

Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que las diferentes convenciones culturales implicadas en la composición de las memorias estudiadas responden a una distinta conceptualización cultural de las mismas. Pensamos que el estudiante que quiera elaborar textos científicos en una lengua extranjera en la universidad deberá conocer y manejar de forma conveniente estos elementos y ser consciente de su realización eficaz teniendo en cuenta las diferencias retórico-culturales referidas en esta investigación.

COMUNICACIÓN 7

Lieve Vangehuchten

Universidad de Amberes, Bélgica

*Doctora en Lingüística española por la Universidad Católica de Lovaina la nueva (2003). Autora de la monografía *El léxico del discurso económico empresarial: identificación, selección y enseñanza en Español como lengua extranjera con fines específicos (Vervuert/Iberoamericana: Frankfurt/Madrid, 2005, 776 p., Series Lingüística iberoamericana, 26)*. Profesora titular de español para fines específicos en la Universidad de Amberes.*

[Responsabilidad social corporativa en el mundo hispánico: un análisis conceptual diatópico](#)

La lengua española cubre una extensa área geográfica y cuenta con numerosas variantes lingüísticas. Precisamente este concepto de variación es lo que parece importante para estudiantes de español de los negocios, más que la elección de una variante en particular. Tal como argumenta Del Valle (2014: 370), en el contexto actual de la creciente globalización, resulta crucial para el futuro del español como lengua extranjera para fines económicos apostar por una instrucción basada en contenidos y, en particular, por manuales que incluyan unidades de dialectología social, de análisis de discurso y del entendimiento crítico de la dimensión cultural, social y política de la lengua.

Esta investigación pretende examinar los diferentes aspectos de variación en un tipo particular de discurso económico, concretamente cómo se aborda el tema de la responsabilidad social corporativa (RSC) en artículos especializados de divulgación. Nos proponemos enfocar las diferencias en cuanto a forma y contenido que manifiestan los términos del campo de la RSC. Por ejemplo, el mero término RSC aparece expresado en español en por lo menos tres variantes: responsabilidad social corporativa/empresarial/organizacional (Benavides Delgado et al. 2012). Asimismo, presenta sinónimos (parciales) como desarrollo sostenible/sustentable y huella ecológica (Corredera & González 2011). Al ser calcos del inglés estos términos resultan ser tan ambiguos como en la lengua fuente, donde

precisamente se está llevando a cabo un debate sobre la necesidad de una definición unívoca del concepto de RSC que permita prohibir a empresas que lo manipulen en función de sus propios intereses (Baden & Harwood 2013: 617).

Con esta investigación queremos contribuir a esta discusión para la lengua española, al enfocarnos en dos variantes geográficas muy distintas: el español peninsular y el español de México.

COMUNICACIÓN 8

Johannes Schnitzer

WU – Univ. de Ciencias Económicas y Empresariales de Viena, Austria

Doctor en Filología Románica. Especialidad: Lenguaje económico y de los negocios.

Google, linguee y demás. El uso de herramientas electrónicas para fines lexicográficos en EFE

Hoy en día, el tradicional estudio del uso de diccionarios debe ampliarse cada vez más y tiene que considerar también el uso de otras herramientas más allá de los diccionarios tradicionales. En la edición anterior del CIEFE (Ámsterdam 2014) presenté algunos de los resultados generales de una investigación sobre el uso que hacen estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales de distintos recursos lexicográficos (para más detalle ver Gromann/Schnitzer 2016). En esta ocasión el objetivo de mi contribución es concentrarme en el uso de las herramientas electrónicas en las búsquedas lexicográficas, a saber, diccionarios y glosarios electrónicos por un lado, buscadores de internet, enciclopedias electrónicas, traductores automáticos, buscadores de traducciones, (corpus de) textos paralelos, foros electrónicos y medios sociales, por otro. El uso de estos recursos hasta la fecha no parece haber despertado mucho interés en la lexicografía, algo muy comprensible dada su evolución vertiginosa. Esta ha permitido crear unas herramientas al alcance del usuario común que hace unos pocos años parecían casi de ciencia ficción. Si exceptuamos de esta constatación los diccionarios electrónicos propiamente dichos, obviamente también contribuye a esta falta de atención por parte de la lexicografía el hecho de que, en buena parte, su estudio excede el ámbito clásico de esta disciplina.

Basándome en el estudio realizado con estudiantes de mi universidad, en mi contribución intentaré dar una respuesta a tres preguntas fundamentales: ¿Qué y cuántos recursos electrónicos usan nuestros estudiantes? ¿Cuáles son las combinaciones típicas que realizan los que usan más de un recurso (la amplia mayoría)? ¿En qué orden usan estos recursos?

De esta manera se pueden determinar distintas estrategias de búsqueda cuyo conocimiento nos permitirá enseñar y ayudar a nuestros estudiantes a realizar búsquedas lexicográficas más exitosas y más eficientes.

COMUNICACIÓN 9

Azeddine Ettahri

Universidad Mohamed V de Rabat, Marruecos

Profesor titular de Español como Lengua Extranjera en la Enseñanza Secundaria marroquí y doctor en Lingüística. Ha participado e intervenido en varias conferencias (Gijón, Lisboa, Alcalá de Henares, Valladolid, Casablanca, Rabat, Nador) y tiene publicados varios artículos en revistas nacionales y extranjeras.

El error en el proceso de enseñanza de ELE en la Secundaria marroquí: técnicas y actividades de corrección

No cabe la menor duda de que el proceso de adquisición de una lengua extranjera está lleno de obstáculos con los que se topan los alumnos en busca de la consecución de sus objetivos. De ahí que la aparición del error en este proceso constituya un hecho normal y lógico, ya que no es posible aprender una lengua extranjera sin cometer errores. Sin embargo, desde siempre la concepción que se ha tenido del error ha sido negativa, considerándolo como un signo de fracaso del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Con el pasar del tiempo y las innovaciones que se han venido surgiendo en todos los ciclos de la enseñanza de nuevas lenguas, el concepto del error ha conocido un giro radical en cuanto a su concepción y valoración. Efectivamente, el error ha pasado a ser un mecanismo imprescindible para que se produzca un aprendizaje eficiente.

Atendiéndonos a este nuevo enfoque, cabe acentuar el valor positivo que cobra el error en el aprendizaje del alumno, pues partiendo de su análisis, se puede determinar las fases del proceso de aprendizaje en el que se encuentra el alumno. También este análisis nos permite saber el nivel de competencia transitoria del alumno, así como las estrategias que éste utiliza en cada fase y, por lo tanto, seleccionar las herramientas y técnicas didácticas para hacer que el error sea rentable y productivo.

El objetivo fundamental de esta comunicación será hacer una descripción de las herramientas y técnicas que se puedan aprovechar para rentabilizar el error.

La comunicación se propone abordar dos ejes principales: en el primero se hará una aproximación al concepto del error, sus diferentes tipos y su importancia en las clases de ELE. También se abordarán los errores más frecuentes (ortográficos, gramaticales, léxicos y de pronunciación) de alumnos marroquíes de Secundaria, además de destacar los objetivos de corrección de errores y sus procedimientos. Mientras que en el segundo eje se propondrán técnicas que exigen una mayor y más activa participación de los alumnos y en las que éstos se convierten en verdaderos protagonistas del acto de corregir.

COMUNICACIÓN 10

Inmaculada Martínez Martínez

CIESE Comillas, Cantabria

Profesora del Grado en Estudios hispánicos y del Máster en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera. Directora del Departamento de Estudios lingüísticos y literarios

Lingüística de corpus y gramática inductiva: una aproximación

La comunicación versará sobre la relación entre la Lingüística de corpus y la didáctica del español de los negocios.

Se pretende dar a conocer un corpus de español de los negocios, el CORPEN Comillas, que se está llevando a cabo por un grupo de investigación del centro universitario. A pesar de que el alcance de las investigaciones actuales ha de reconocerse como limitado, debido al escaso volumen de formas codificadas aún, el objetivo es mostrar cómo una aplicación práctica de la tecnología informática como es un corpus digitalizado, puede llevarse al aula de una clase de español de los negocios para trabajar de manera inductiva los componentes gramaticales.

Metodología: Se mostrará cómo el docente puede explotar metodológicamente un corpus lingüístico en clase de manera sencilla para el estudiante.

1. Implicaciones para la educación y/o el mundo de los negocios:

Parecen claves los argumentos que convierten a un corpus de español de los negocios en necesario:

- 1 La lengua que aparece en la mayoría de los manuales de este discurso profesional se parece más a una lengua artificial que a una lengua real (O'Keeffe 2007, McCarthy 1998). El corpus, por el contrario, es una **muestra de lengua auténtica**.
- 2 A través de un corpus puede trabajarse la **gramática en contexto**, mostrando la evidencia de las formas y de su uso.
- 3 **Gramática inductiva:** la inclusión de los corpus en el aula de ENE permite trabajar de manera inductiva la gramática. El estudiante focaliza su atención sobre muestras del corpus para captar modelos de elaboración de la lengua. Lo hace desarrollando una batería de mecanismos de procesamiento cognitivo, como la consciencia lingüística, que lo llevarán

COMUNICACIÓN 11

Ya Zuo

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctoranda en la UCM. Ha sido responsable de Asociación de Español en la Universidad de Jilin, intérprete en la Feria de Importación y Exportación de Cantón, profesora de lengua española en la Universidad de los Estudios Internacionales de Shanghái e intérprete en el Foro de Logística Militar China-América Latina. 2015

Análisis contrastivo de la composición en español y en chino y su aplicación didáctica

Basándonos en el análisis contrastivo, este trabajo está destinado a presentar las similitudes y las diferencias reflejadas en el proceso compositivo entre el idioma español y el chino; teniendo como objetivo el de aportar sugerencias didácticas para la enseñanza de los compuestos en español para alumnos chinos.

Nuestro trabajo está dividido en tres partes. En la primera, vamos a comparar los compuestos de ambas lenguas según la categoría gramatical, la relación sintáctica entre los dos constituyentes, y la motivación semántica. A través de la comparación de la categoría gramatical, intentaremos analizar y razonar las modalidades más productivas de cada categoría gramatical. En cuanto a la relación sintáctica, trataremos las similitudes y las peculiaridades reflejadas en ambas lenguas. Además, en la motivación semántica, estudiaremos la metáfora, luego la metonimia, así como la metafonimia reflejadas en dicho proceso. Su finalidad consiste en revelar las similitudes reflejadas en la estructura mental, que subyace y se halla en los procesos formativos de los compuestos de ambas lenguas con una distancia lingüística alejada.

En la segunda parte, se trata de una encuesta destinada a la traducción de unos compuestos del chino al español y viceversa. Analizaremos los errores más representativos y característicos reflejados en dicha encuesta, así también como sus causas; como son, el género, el número, la direccionalidad, y la confusión del núcleo, etc.

En la tercera parte y última, nos basaremos en los resultados extraídos anteriormente, e intentaremos aportar algunas sugerencias didácticas y efectivas para la enseñanza de los compuestos en español para los alumnos chinos, con el fin de reducir los errores ocasionados por la falta de conocimiento de la estructura interna de los compuestos y poder así elevar su capacidad para predecir el significado de los mismos.

COMUNICACIÓN 12

Ana M. Fernández-Vallejo

ISSA-School of Management Assistants - Universidad de Navarra, España

Doctora en Filología Clásica. Profesora del departamento de Comunicación de ISSA-School of Management Assistants (Universidad de Navarra). Imparte las asignaturas de Lengua castellana, Comunicación en la Empresa y seminarios del Trabajo fin de grado. Su área de investigación se centra en el análisis del discurso en el ámbito profesional e institucional, la comunicación corporativa en el canal digital y la enseñanza del español con fines específicos.

Comunicación emocional en facebook. Un análisis lingüístico-discursivo de las emociones en el facebook de la empresa DIA

En los últimos años los estudios sobre Facebook han aumentado de modo considerable, especialmente en el campo de la sociología, el marketing o la comunicación corporativa. Sin embargo, son todavía escasos los estudios que aborden el análisis lingüístico de las emociones en las redes sociales, que aúnen las emociones, la digitalización corporativa y el uso concreto del español profesional.

El objetivo de este trabajo analizar cómo se expresan las emociones en la red social Facebook perteneciente a la empresa DIA. DIA es la empresa del IBEX35 con mayor número de seguidores (561.946 a 12 de septiembre de 2016) y la tercera con mayor tasa de interacciones (16,05% del total, de acuerdo con el estudio presentado por Epsilon Technologies en marzo de 2016).

El corpus estudiado está constituido por los posts publicados durante el segundo trimestre del 2016 y, a través de él, se identifican, por una parte, los sistemas léxicos que conceptualizan las emociones y valoran el campo semántico de las emociones de acuerdo con la clasificación propuesta por el grupo GRID (Sherer 2013)²; por otra, se analizan los modos lingüísticos que expresan las emociones: 1) las formas lingüísticas particularmente marcadas, como el lenguaje figurado (Lakoff y Johnson 1980 y Kövecses 2003)³ y las unidades fraseológicas (Torrent Lenzen 2008)⁴; 2) los

códigos visuales, como emoticonos (Ip 2002)⁵ y uso no normativo de mayúsculas y puntuación (Figueras, 2014)⁶.

Los resultados muestran, por una parte, la importancia de las emociones en el lenguaje profesional de las páginas corporativas de Facebook. Por otra, esta significativa presencia provoca la necesidad de incluir la expresión de la emoción dentro del español para fines específicos, en concreto del español de los negocios, con nuevos corpus y enfoques, extraídos de ejemplos como los aquí clasificados, que ayudan a acercarse al español de los medios digitales en la comunicación organizacional.

COMUNICACIÓN 13

Marta García García

Universidad de Salamanca, España

Licenciada en Filología Alemana, doctora en Filología Hispánica y máster de Español como Lengua Extranjera por la Universidad de Salamanca. Ha impartido cursos de formación de profesores en diferentes instituciones. Además de su labor docente, es coautora de materiales de ELE y ha desarrollado su trabajo en el campo de la evaluación en DELE y SIELE, pero especialmente como responsable del examen BULATS (Business Language Test Service) para el español.

La certificación del español en el mundo profesional: LanguageCert USAL esPro BULATS

En un mercado laboral enormemente competitivo, el conocimiento de lenguas en el ámbito profesional no es ya solo necesario por la propia esencia del trabajo que se va a desempeñar, sino por la necesidad de distinguirse, de sobresalir en un mercado saturado de profesionales y en el que empresas e instituciones deben seleccionar candidatos y, para ello, deben tener argumentos sólidos en los que apoyarse. Es decir, conocimiento y acreditación. Para ello, La Universidad de Salamanca ha desarrollado el examen de EFE LanguageCert USAL esPro BULATS, administrado por su socio tecnológico PeopleCert. La finalidad y el contexto del uso del examen y la población a la que está dirigido está perfectamente definido y delimitado, esto es, el mundo profesional.

esPro es un examen progresivo, en el que no se evalúa si el candidato alcanza o no un determinado nivel, no hay aprobado o suspenso, sino que el test permite situar al candidato en su nivel correspondiente dentro de la escala niveles de dominio lingüístico del MCER.

LanguageCert USAL esPro BULATS ha sido creado bajo el código de buenas prácticas y siguiendo el cumplimiento de los estándares de calidad de ALTE (Asociación Europea de Examinadores de lenguas), por ello, se facilitan criterios para la selección y formación de los creadores de las pruebas, se emplean juicios expertos tanto para la confección de exámenes y para su revisión.

Asimismo, las diferentes versiones de los exámenes son comparables en paralelo a través de las diferentes administraciones de los mismos en términos de contenidos, estabilidad, consistencia y puntos de corte. Todas las pruebas se experimentan y se someten análisis estadísticos para alcanzar la calidad de los ítems. El examen se puede realizar en papel y por ordenador. Abarca las cuatro destrezas, aunque el candidato puede hacerlas de forma separada. Los resultados de LanguageCert USAL esPro BULATS están basados en el Marco Común Europeo de Referencia y proporcionan al candidato una descripción de sus habilidades en el ámbito profesional.

COMUNICACIÓN 14

Ana Belén Blanco López

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España

Profesora de idiomas en UNED y Kent's English Courses. Lectora de español en Abingdon School y The Ellen Wilkinson School for Girls (Reino Unido) y colaboradora del Proyecto de Innovación Arsenal Double Club junto a la Consejería de Educación en Reino Unido.

La singularidad de la enseñanza de español con fines específicos en el ámbito futbolístico. Hacia una propuesta didáctica: El fútbol habla español.

Las transformaciones económicas y sociales auspiciadas por la globalización han favorecido el interés de la enseñanza de idiomas con fines específicos. No obstante, no todos los ámbitos de especialidad han sido igualmente desarrollados en las diferentes lenguas. Así, a diferencia de lo que ocurre en países de habla inglesa, uno de los que menos atención ha recibido en español es el referido al ámbito futbolístico y deportivo, que constituirá precisamente el objeto de estudio de esta comunicación. Cada año llegan a España un número considerable de deportistas y técnicos extranjeros que no conocen el idioma. Para ellos, es fundamental alcanzar un nivel de competencia lingüística y comunicativa que les permita desarrollar su trabajo con la mayor eficacia posible.

Con esta premisa, se analizará la especificidad de la enseñanza en este dominio y, finalmente, se presentará el desarrollo de una propuesta didáctica materializada en la elaboración de un manual presentado bajo el título *El fútbol habla español*. Este manual se centra en el ámbito futbolístico aunque existe la posibilidad de adaptarlo a las distintas disciplinas deportivas de nuestros alumnos.

Finalmente, cabe destacar que hoy en día la interacción de los deportistas de élite no se centra sólo en la comunicación con sus compañeros o trabajadores del centro deportivo sino que la interacción digital a través de las redes sociales por ejemplo es fundamental para la interacción con los aficionados o los medios de comunicación, pilares esenciales para el mundo empresarial deportivo. Esta interacción digital tiene un lugar destacado en la propuesta didáctica diseñada.

COMUNICACIÓN 15

Gloria Nieves Iglesias y M^a Carmen Alonso Ímaz

Hochschule Bremen (HSB), Alemania y Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC), España

Gloria Nieves Iglesias es Profesora adjunta en Hochschule Bremen (HSB) y trabaja como profesora en Gestión Empresarial Internacional y Finanzas Europeas. Imparte clases de ELE en la Universidad de Hamburgo e IC Hamburgo.

M^a Carmen Alonso es Dra. en Filología Alemana por UCM. Profesora Titular en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC).

Proyecto conjunto de creación de una feria internacional entre alumnos de la URJC de Madrid y la Universidad de Bremen.

El tema es la realización de un proyecto sobre ferias internacionales, desarrollado de manera conjunta entre dos grupos mixtos de estudiantes de Gestión Empresarial Internacional y Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y la Hochschule Bremen, que entraron en comunicación a través de las nuevas tecnologías.

El propósito del proyecto consistió en ampliar sus conocimientos lingüísticos aplicados a los fines específicos, a saber la organización ferial -una feria turística en Madrid y una feria de aviación en Bremen-, promover el aprendizaje de la L2 utilizando cada grupo la lengua extranjera del otro (alemán y español), en tanto que diseñaban y desarrollaban una feria internacional, interactuando mediante la elaboración conjunta de los proyectos. Para ello se prestó atención al modelo constructivista y colaborativo.

El proyecto *Ferias Internacionales* se incluye en “Nuevas Tecnologías y Español para Fines Específicos”, en tanto que se sirve de las TIC para su desarrollo, y porque sostenemos que las TIC posibilitan la interacción humana (escrita y oral) y propician el desarrollo de las competencias de la lengua como sucede en otros entornos de aprendizaje tradicionales. En cuanto a la metodología, se aplicó el Aprendizaje por proyectos (ApP) y comprendió tres fases diferentes de acuerdo a aspectos formales, instrumentales (plataformas de aprendizaje online, redes sociales, Skype, etc.) y evaluación del mismo.

Los resultados obtenidos se desarrollaron en tres vertientes: en primer lugar, la de carácter lingüístico, de aprendizaje del lenguaje específico de las ferias; en segundo lugar, en lo relativo a la planificación, organización y desarrollo de una feria; en tercer lugar, en cuanto al trabajo conjunto con alumnos de otra Universidad.

COMUNICACIÓN 16

José Joaquín Martínez Egido

Profesor Titular de Lengua Española, Jefe de Estudios de español de los Másteres oficiales de Inglés y español para fines específicos y de Español e inglés como segundas lenguas / LE; imparte en ellos Español económico y financiero, y Comprensión y expresión escrita en español. Participa como investigador en dos proyectos de Excelencia del Ministerio: el discurso metalingüístico en la prensa española, FFI2015-65917- P; Género, humor e identidad, FFI2015-64540-C2-1-P.

El discurso metalingüístico: las estrategias retóricas en las columnas de lengua

Partimos de la hipótesis de que la columna de lengua, como texto argumentativo inserta en la esfera comunicativa del texto periodístico en la sociedad de la información, es testimonio de las preocupaciones lingüísticas de sus autores, conectadas con algún aspecto novedoso o problemático del uso lingüístico; y también premonitorias de los posibles cambios que concurren en el español.

Enmarcado en el proyecto METAPRES¹, con el objetivo final de observar y analizar el propio discurso metalingüístico de los columnistas, el objetivo concreto de este trabajo es estudiar las estrategias retóricas que utiliza Luis Cortés Rodríguez como columnista de lengua.

La metodología utilizada responde a la delimitación y digitalización en la base de datos del proyecto, de un corpus textual compuesto por 99 artículos de este autor disponibles en la red² y publicados entre febrero de 2009 y marzo de 2013 en *La Voz de Almería*, ya que estos atestiguarían su labor continuada de columnista de lengua. Posteriormente, se establecen diferentes parámetros de análisis que, en este caso, son los referidos a las estrategias retóricas tales como la ironía y el humor y los procedimientos lingüísticos que los producen.

Los resultados obtenidos presentan una clasificación y descripción de las estrategias retóricas empleadas por este autor filólogo que pueden ser utilizadas en las clases de comprensión y expresión escrita en español por profesores y alumnos de LE/L2.

¹ I+D, Excelencia 2015: FFI2015-65917- P: “El discurso metalingüístico en la prensa española (1940-hoy). Análisis multidimensional y caracterización genérica”. METAPRES. Del 01/01/2016 al 31/12/2019.

² Están disponibles en: < http://www.luiscortesrodriguez.es/?page_id=41 > [14/12/2016] y en <<http://www.grupoilse.org>> [14/12/2016]

COMUNICACIÓN 17

Ana Martín Muñoz

Consultora AM-COMUNICACIÓN - Granada, España

Directora de la Consultora AM-COMUNICACIÓN. Mediadora en conflictos de GEMME (Grupo Europeo de Magistrados para la Mediación), de la Fundación Notarial SIGNUM (Madrid-España) para la resolución de conflictos y del Centro CEMED (Madrid-España). Abogada. Trabajadora social forense. Experta en la enseñanza de español para extranjeros por la Universidad de Granada (España). Miembro de la Comisión de Expertos del Consejo General de los Trabajadores Sociales (Madrid-España). Vicepresidenta del Colegio de T.S. de Granada. Miembro de la Asociación Española de Lengua Aplicada (AESLA).

La mediación intercultural en los negocios internacionales.

A pesar de la estimable apuesta que el MCER hizo por la mediación, se refiere a ella de manera dispersa, ambigua, restrictiva, muchas veces solo de forma implícita, apelando a sus distintas facetas por separado y sin otorgarle un tratamiento unívoco e integral. Bajo esta cobertura difusa, la doctrina la ha desarrollado fundamentalmente solo como competencia lingüística específicamente en relación a la traducción e interpretación) y en contextos interculturales de inmigración.

El propósito de esta comunicación es doble: 1) poner de manifiesto la necesidad de desarrollar un marco teórico para la mediación, como paso previo y necesario para generalizar su aplicación práctica en ELE y EFE. 2) Proponer una perspectiva interdisciplinar que permita a la mediación intercultural desplegar todo su potencial en orden a la prevención, gestión y resolución de conflictos lingüísticos y culturales en el ámbito de los negocios internacionales.

El impacto y las implicaciones de este tema resultan hoy incuestionables en un mercado económico globalizado, pero culturalmente diverso. La inclusión y desarrollo de la mediación intercultural en la enseñanza del español de negocios, por un lado, mejorará la competencia intercultural de los aprendientes de español en este contexto, optimizando su habilidad para negociar

significados culturales y actuar comunicativamente de manera más eficaz en este complejo escenario profesional y, por otro, minimizará el riesgo del factor cultural en la cuenta de resultados de las empresas.

Esta propuesta está extraída del TFM titulado “La mediación intercultural en la enseñanza del español para la negociación y resolución de conflictos en las relaciones comerciales internacionales” y defendido por la misma autora en la Universidad de Granada.

La metodología empleada en esta labor investigadora consistió en una exhaustiva revisión bibliográfica del estado de la cuestión, el método hipotético-deductivo y la previa experiencia profesional de la autora como profesional experta en conflictos de comunicación.

COMUNICACIÓN 18

Susana Llorián González

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctora en Lingüística Aplicada, Máster ELE, Técnico en Gestión de Calidad y Licenciada en Filología Hispánica. Profesora en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad Nebrija. Formadora de profesores en diversos programas de máster y cursos. Miembro del Consejo de redacción del Plan Curricular del Instituto Cervantes. Gestora de exámenes oficiales de ELE y de proyectos curriculares en el Instituto Cervantes y en otras organizaciones. Autora de libros y artículos. Investigadora.

[El papel del género discursivo en la evaluación de lenguas con fines específicos](#)

La especificidad del contenido de los cursos y del constructo de los exámenes de lenguas para usos en contextos académicos y profesionales ha sido tradicionalmente una cuestión controvertida (Johns, 2013). El género discursivo se ha convertido en las últimas décadas en la piedra angular de este segmento de la didáctica y de la evaluación de lenguas y ha venido a constituirse en la clave principal de la especificidad (Belcher, 2009). Ninguno de los exámenes certificativos públicos de español como lengua extranjera con fines específicos, profesionales o académicos, declara definir su constructo a partir del concepto de género discursivo. Por otro lado, la mayor parte de los sistemas de certificación del español de tipo generalista afirman que sus resultados pueden emplearse para discriminar a los candidatos capaces de seguir estudios universitarios en nuestra lengua. En fechas recientes (Llorián, S., 2015), hemos investigado sobre el uso del español en el contexto académico universitario de la ciencia y la tecnología, con el fin demostrar la necesidad de aplicar pruebas de exámenes específicos para discriminar a los candidatos capaces de cursar estudios universitarios especializados en español, facultad de la que carecerían los exámenes de tipo generalista. Parte de los argumentos de validez de estos exámenes específicos descansan sobre el concepto de género discursivo. Para nuestra argumentación, tomamos como referencia el modelo de validez basado en la evidencia de Weir (2005). En nuestras investigaciones, hemos hallado diferencias significativas entre los resultados de pruebas de exámenes de tipo generalista y los de pruebas cuyo constructo se define a partir de géneros discursivos propios del contexto académico, en este caso, del ámbito de la ciencia y la tecnología. En esta comunicación nos proponemos transmitir los antecedentes, los métodos y los resultados de las mencionadas investigaciones, además de dejar claras las líneas que quedan abiertas en el área de la evaluación certificativa del español en contextos académicos, extensibles a los profesionales.

COMUNICACIÓN 19

Félix Vásquez Ampudia

College of Charleston, EEUU

Profesor asociado. Departamento de Estudios Hispánicos - College of Charleston. Ph.D. en Literatura Latinoamericana del periodo Colonial, Universidad de Kentucky.

[El impacto del consumidor digital latinoamericano: Estudio de casos en un curso de español para negocios](#)

El uso intensivo de internet y redes sociales en América Latina ofrece un gran potencial para la economía digital. Estas innovaciones tecnológicas están provocando transformaciones en las relaciones económicas, sociales y culturales de los países latinoamericanos. El sector empresarial se ha visto obligado a enfrentarse a los cambios y retos de identificar y aprovechar las oportunidades, así como los riesgos que presenta el mundo digital.

El objetivo de este trabajo es ilustrar el valor del método de casos como estrategia para la enseñanza del español para fines específicos. A diferencia del dictado de clases a través de conferencias en donde la participación de los estudiantes es pasiva, el método de casos es un modo de enseñanza en el que los alumnos aprenden sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real. Con estas técnicas, desarrollan habilidades de trabajo en equipo, pensamiento crítico, análisis, síntesis, comunicación y habilidades interpersonales. Diversos estudios académicos han demostrado que, a través del método de casos, la participación de los estudiantes es mayor, y su aprendizaje y retención es mejor.

Para esta ponencia, se expondrán casos basados en noticias y estudios relacionados a las oportunidades y los desafíos que presenta el consumidor digital latinoamericano, y sus efectos en la economía y sociedad.

Con esta técnica didáctica, los estudiantes asumen el papel de gerentes o responsables en la toma de decisiones, comparten sus experiencias personales, proponen soluciones, critican y debaten otros puntos de vista, hacen presentaciones y escriben informes en español, la lengua que están estudiando. A través de estas actividades desarrollan las cuatro habilidades lingüísticas: comprensión lectora, comprensión auditiva, expresión oral y expresión escrita, y una mayor apreciación de las diferencias culturales y la diversidad en América Latina.

COMUNICACIÓN 20

Pilar Pérez Cañizares

Wirtschaftsuniversität Wien , Institut für romanische Sprachen, Austria

*Doctora en Filología Clásica y Máster en la enseñanza de ELE. Profesora en el Departamento de Lenguas Románicas de la Univ. de Ciencias Económicas y Empresariales de Viena y profesora de didáctica de ELE en la Universidad de Viena. Editora y coautora de material didáctico, entre otros de los manuales *Con Gusto* y *Meta Profesional*, de la editorial Klett.*

[Los informes de responsabilidad social, un género discursivo a caballo entre el informe y el texto publicitario: el ejemplo de la cadena de supermercados Jumbo en Chile](#)

Los informes de responsabilidad social corporativa (RSC) son unos documentos de importancia creciente, sobre todo desde que esta se ha planteado como una oportunidad de éxito más que como un lastre para las empresas.

Esta comunicación se sitúa en el marco de un estudio bastante más amplio en el que se examinan los informes de RSC de algunas grandes empresas españolas del IBEX 35 y otras latinoamericanas que tiene como objetivo establecer: a) qué evolución diacrónica han experimentado los informes de RSE en tanto que macrotextos; b) hasta qué punto los informes de RSC son textos informativos (esto es, son textos equiparables, por ejemplo, a los informes anuales de gobierno corporativo) y c) analizar el uso concreto de recursos léxicos, gramaticales y pragmáticos para establecer la función y la intención comunicativa de los informes de RSC.

En esta comunicación se toma como punto de partida un análisis de los reportes de sostenibilidad (2013- 2015) de la cadena de supermercados *Jumbo* de Chile, examinando en primer lugar su estructura, para a continuación aportar ejemplos concretos que muestran que estos textos, en lugar de cumplir con una función puramente informativa como sería esperable en un *informe*, presentan numerosos rasgos de un género publicitario.

COMUNICACIÓN 21

Mário Domingues Cruz

Instituto Politécnico do Porto - Escola Superior de Educação - Oporto, Portugal

Profesor Adjunto en Instituto Politécnico de Porto, donde imparte clases de Español Lengua Extranjera y Literatura Hispanoamericana. Además, es investigador en la Universidad de Aveiro (CIDTFF). Es doctor en Didáctica por la Universidad de Aveiro y tiene Másteres en la Enseñanza de Inglés y Español en la Educación Básica e Secundaria. Está haciendo su segundo doctorado en Estudios Lingüísticos en la Universidad de Vigo.

Las variedades lingüísticas y culturales hispanoamericanas en la enseñanza de español para fines específicos

Es nuestra intención con esta comunicación dar cuenta de un proyecto que contribuye a la implementación de prácticas que reflejan las variedades lingüísticas y culturales de Hispanoamérica (Liceras, 1995; Beave, 2000) en la clase de español para fines específicos en la enseñanza superior en Portugal.

De hecho, es pertinente, y casi imperativo, como Pérez (2000) lo plantea, poner atención al mestizaje lingüístico y cultural de Hispanoamérica en la clase de español para fines profesionales, una vez que la región revela potencial económico desde la creación e implementación de MERCOSUR y también se revela como fuerte centro de atracción turística y, por lo tanto, como mercado de trabajo para nuestros alumnos, que quieren trabajar en la hotelería y turismo.

A través de un estudio de caso (Benson, Chik, Gao, Huang y Wang, 2009) y bajo una perspectiva metodológica cualitativa que incluye el análisis de pautas de evaluación de materiales didácticos, se propone presentar: a) un análisis de los enfoques de las distintas variedades lingüísticas y culturales del español (Alvar, 2002), que surgen en los manuales más utilizados en la enseñanza de español para fines específicos en Portugal; b) una muestra de materiales didácticos en entornos virtuales para la enseñanza de español para fines específicos que trabajen las variedades lingüísticas y culturales de Hispanoamérica y que fomentaron aprendizajes comunicativos experienciales y desarrollaron las habilidades comunicativas plurilingües y pluriculturales de nuestros alumnos (Byram, Gribkova y Starkey, 2002).

La unidad didáctica y sus materiales que presentamos se inscriben en el área temática del turismo y de los viajes, teniendo en cuenta un abordaje comunicativo experiencial (Fernández-Corbacho, 2014) y un enfoque que mezcla la pedagogía de la Gamificación (Foncubierta y Rodríguez, 2015) y del Clase Invertida (Alvarez, 2011).

COMUNICACIÓN 22

Alicia Catalá Hall

Universidad de Barcelona, España

El análisis de necesidades: una necesidad “todavía” desatendida

Hace tres años presentamos en el V CIEFE una comunicación titulada “El análisis de necesidades una necesidad desatendida” y este año hemos añadido un “todavía” a ese mismo título, ya que todavía queda mucho camino por hacer en este campo. Tal y como ya dijeron Hutchison y Waters (1987/2010²⁵: 8) la enseñanza/aprendizaje del *English for Specific Purposes* (ESP) surge por unas necesidades, consecuentemente hay que entender esas necesidades para poder abordar el curso. En este mismo sentido, Robinson (1991: 3) especificaba que el ESP debe ser un curso basado en un *Needs Analysis* (análisis de necesidades) que tiene como objetivo especificar qué es lo que los estudiantes tienen que hacer a través del inglés. Y Dudley y St. John (1998/2012¹⁵: 121) definen este *Needs Analysis* como “el proceso que establece el *qué* y el *cómo* de un curso”. Si consideramos al igual que estos autores que el curso de lenguas para fines específicos es un curso centrado en el alumno con unas necesidades concretas, necesariamente el profesor ha de realizar un análisis de necesidades (de ahora en adelante Ades). Por esta razón, creemos que es imprescindible entender qué es y en qué consiste el Ades, dado que los resultados obtenidos del análisis permitirán determinar los objetivos y definir el *syllabus*. Así pues, en esta comunicación pretendemos, primero, definir qué y cuáles son las necesidades; en segundo lugar, qué tipo de información debe ofrecer al profesor este análisis. Y, por último, presentar diversas propuestas y alternativas de Ades.

COMUNICACIÓN 23

David Sánchez-Jiménez

New York City College of Technology (CUNY), EEUU

David Sánchez-Jiménez ha publicado numerosos estudios en el ámbito de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas extranjeras, particularmente sobre la producción del discurso académico de los estudiantes no nativos en español. Sus principales líneas de investigación son la organización retórica del discurso académico, las funciones de la citación en el discurso académico y la interculturalidad en la retórica y en la sociopragmática de los textos escritos en L2.

La comunicación lingüística en español y sus barreras en el sistema de salud de los Estados Unidos

La enseñanza del español con fines médicos en los Estados Unidos ha experimentado un crecimiento exponencial en las dos últimas décadas. Sin embargo, los pacientes de origen hispano se encuentran desprotegidos ante las barreras lingüísticas que impone el sistema de salud estadounidense en muchos contextos monolingües y bilingües. Esta investigación exploratoria muestra cómo, por un lado, los malentendidos producidos por la comunicación ineficiente desarrollada por intérpretes e intermediarios (familiares, enfermeras con conocimientos de español, facultativos con una preparación lingüística deficiente, etc.) tienen serias repercusiones para la salud en el tratamiento de los casos. Por otro lado, el estudio da cuenta de los intentos llevados a cabo desde las instituciones del gobierno y desde los centros educativos para formar a profesionales médicos cualificados bilingües y paliar así esta situación.

COMUNICACIÓN 24

Fernando Polanco Martínez

Universidad de Barcelona, España

Investigador postdoctoral en la Facultad de Filología de la Universitat de Barcelona.

Discurso y formación en contextos profesionales: un proceso de legitimación compartido

El discurso profesional, en el sentido amplio del concepto, incluye el discurso especializado que se genera en contextos típicos de una comunidad especializada que abarca áreas profesionales muy diversas en cuanto a sus saberes y prácticas (Gunarsson et al. 1997, Gotti 2003, Kong 2015). Esta realidad discursiva supone, en buena medida, un reto para el lingüista. Y ello no porque carezca de herramientas teóricas y metodológicas para abordar la tarea de descripción de este tipo de discursos, sino porque los ámbitos en que tales discursos se originan son diversos y no siempre coincidentes en cuanto a sus fines comunicativos y las variables lingüístico-pragmáticas que los conforman. Por ello, si la labor del lingüista tiene que ir más allá de la mera descripción hacia una caracterización situada de los discursos profesionales, esta debe llevarse a cabo mediante una relación colaborativa con la comunidad de práctica.

En esta comunicación queremos llamar la atención sobre la necesidad de esta relación bidireccional, especialmente en el área formativa, que permita el paso de una descripción pasiva de modelos textuales no siempre correctos o adecuados a otra activa y colaborativa en la que se propongan no solo descripciones, sino sobre todo modelos discursivos alternativos consensuados con los emisores-destinatarios reales (la comunidad de práctica), que son, en definitiva, quienes los utilizan. Describir desde dentro beneficia a ambas partes: a los usuarios, porque las mejoras en el discurso se sienten como propias; al lingüista, porque su labor queda legitimada.

COMUNICACIÓN 25

Raffaella Odicino

Universidad Católica de Milán, Italia

Raffaella Odicino es Investigadora de Lengua y Traducción Española en la Universidad Católica de Milán y profesora contratada de Lengua española en la Universidad de Aosta. Sus principales intereses se centran en la didáctica del español para fines específicos y en las aplicaciones didácticas de la traducción en la enseñanza del español lengua extranjera para estudiantes universitarios italo-fónos. Es miembro de ASELE, AISPI (Associazione Ispanisti Italiani) y AISI (Associazione Italiana Studi Iberoamericani).

El ámbito de la gastronomía en el aula de EFE para el Turismo: dificultades y estrategias de traducción en los textos promocionales en línea

El ámbito de la gastronomía va adquiriendo un espacio cada vez más relevante en la oferta turística a nivel internacional y se va configurando como un atractivo capaz de motivar a un número considerable de visitantes en la elección de un destino turístico. Consiguientemente, a pesar de la creciente diversificación y especialización del turismo, el ámbito de la gastronomía es una constante que aparece en los textos turísticos promocionales (folletos, páginas web), donde los términos gastronómicos se cargan de valores connotativos (Calvi, 2009: 204).

En una perspectiva traductológica, los términos gastronómicos se inscriben en los elementos culturales catalogados por Nida ([1945] 1975), sucesivamente por Vlahov y Florin (1970) y sintetizados más recientemente por Molina (2006) y forman parte de aquellos ámbitos en los que las interferencias culturales pueden producir dificultades y problemas de traducción.

Considerando los términos gastronómicos una dificultad de traducción del texto turístico promocional (Ponce Márquez, 2006), el objetivo de este trabajo es el de analizar algunos ejemplos presentes en unas páginas web turísticas oficiales (<http://www.granadatur.com>; <http://www.spain.info> y <http://www.esmadrid.com>) así como las estrategias de traducción utilizadas en las versiones italianas de las mismas páginas. Dichos ejemplos y su traducción constituyen un material útil y eficaz que se puede utilizar en el aula de EFE para el Turismo con estudiantes universitarios italianos, considerando la traducción una operación intercultural (Tricás, 2010) en la que muy a menudo deberán ponerse a prueba en su futuro entorno laboral.

COMUNICACIÓN 26

M.^a Ángeles García Asensio

Universidad de Barcelona España

M.^a Ángeles García Asensio es profesora titular del departamento de Filología Hispánica de la Universidad de Barcelona, con docencia en el grado de Comunicación Audiovisual, en el Máster Español Lengua Extranjera en Ámbitos Profesionales y en el Máster de Estudios Jurídicos Avanzados Sus investigaciones como miembro del grupo EDAP-Estudios de Discurso Académico y Profesional (www.ub.edu/edap) giran en torno al análisis lingüístico y pragmático del discurso experto en ámbitos profesionales.

Recursos de textualización eficaces en la redacción de textos de jurídicos y académicos

El interés social por la comunicación especializada y la orientación hacia un desempeño profesional cada vez más interdisciplinar han intensificado la necesidad de desarrollar nuevas estrategias formativas con que abordar los procesos de enseñanza-aprendizaje de las lenguas de especialidad (Alcaraz, Mateo, Yus (coord.) (2007), Rodríguez-Piñero Alcalá 2013).

En este contexto, nuestro objetivo es presentar el resultado de un planteamiento de innovación docente implementado en un curso de redacción de textos jurídicos y académicos del Máster de Estudios Jurídicos Avanzados de la Universidad de Barcelona. Los estudiantes son profesionales de la abogacía, con experiencia en la redacción jurídica, aunque con la creencia de que los textos que escriben y manejan presentan patologías; carecen, en cambio, de experiencia en la redacción de géneros académicos complejos, como el trabajo de final de máster o la tesis doctoral, a la aspiran. Todos quieren recibir formación en técnicas de escritura experta para escribir con claridad en su ámbito académico y laboral.

Nuestro planteamiento justifica la conveniencia de trabajar en el aula, en paralelo y en contraste, con textos auténticos representativos de ambos lenguajes: jurídico y académico, incluidos los escritos por los alumnos en contextos reales de comunicación. Recogemos, además, las aportaciones de las publicaciones basadas en las propuestas de modernización del discurso jurídico español, presentadas

por lingüistas y juristas que han analizado documentos fundamentales de la comunidad de práctica jurídica y que reivindican el derecho del ciudadano a comprender (Montolío 2012).

El curso genera tensiones entre las propuestas de optimización de textos trabajadas en el aula y la tradición de la redacción académica y jurídica, con arraigadas convenciones retóricas y estilísticas. También ha promovido trabajos de investigación rigurosos sobre la calidad comunicativa de los textos jurídicos que emanan de la administración.

COMUNICACIÓN 27

Yúfera Gómez y Anna López Samaniego

Universidad de Barcelona, España

Yúfera Gómez (Dpt. de Educación Ling. y Literaria UB) y Anna López Samaniego (Dpt. de Filología Hispánica UB), ambas pertenecen al grupo EDAP, cuya IP es la Dra. Estrella Montolío Durán, y actualmente investigan en el proyecto DISCURSO JURIDICO Y CLARIDAD COMUNICATIVA. ANALISIS CONTRASTIVO DE SENTENCIAS ESPAÑOLAS Y DE SENTENCIAS EN ESPAÑOL DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNION EUROPEA <http://www.ub.edu/blogedap/>

El diseño de una prueba para evaluar la necesidad de un intérprete en los procesos penales

En esta comunicación presentamos una prueba para evaluar la competencia lingüística en español de las personas extranjeras imputadas en procedimientos penales que ha sido elaborada por el grupo EDAP de la Universidad de Barcelona a petición de un grupo de jueces del Tribunal Superior de Justicia de Catalunya. Los jueces observan que, en ocasiones, personas que renuncian a su derecho a intérprete afrontan en los juicios situaciones que les perjudican a causa de su insuficiente competencia lingüística.

Ni siquiera en Estados Unidos, uno de los países en los que la interpretación judicial está mejor regulada, existen modelos estandarizados para valorar la necesidad del servicio: simplemente se pregunta al acusado o a su abogado si desean solicitar un intérprete (Radmann 2005).

Dasevich (2012) propone que se utilicen técnicas como narrar una historia sobre la base de viñetas; describir objetos, actividades o personas; o leer un texto y contestar preguntas relacionadas con él.

Edap recibe el encargo de diseñar una prueba que i) no plantee dudas sobre su ejecución independientemente de la cultura de origen del examinado; ii) permita evaluar tanto la comprensión como la expresión oral, e incluya fragmentos que obliguen a utilizar diferentes tiempos verbales; iii) sea objetiva, breve y aplicable por personas sin experiencia en este tipo de tarea, pues el entrevistador será el secretario judicial, el funcionario que gestione el expediente o el juez.

El material elaborado consta de unas instrucciones para el entrevistador, la prueba y la rúbrica para la evaluación.

Se han considerado como aspectos cuyo dominio resulta relevante comprobar el contraste entre los tiempos verbales, el uso de los pronombres personales; la expresión y la comprensión de la diferencia entre lo irreal y lo factual, y de las preguntas encabezadas por preposición.

La prueba, una vez validada en los juzgados, podrá adaptarse a otras lenguas.

COMUNICACIÓN 28

Christian VICENTE

Université Nice-Sophia Antipolis, Francia

Profesor Titular de Lingüística aplicada en la Universidad de Nice-Sophia Antipolis (Francia). Materias impartidas y temas de investigación: terminología, traducción especializada francés-español, lingüística general y lingüística de corpus, español y francés para fines específicos, TAO. Traductor-Intérprete Jurado en activo.

Procedimientos de vulgarización en español tecnocientífico desde el punto de vista del traductor especializado: técnicas clásicas y nuevas vías en contexto pedagógico.

El discurso científico debe caracterizarse por la objetividad y la precisión, tanto en la forma como en el fondo, en el estilo y en el contenido. Por otro lado, el traductor profesional es requerido a menudo para

traducir y al mismo tiempo vulgarizar ciertas nociones científicas para los profanos en la materia (como sería el caso en los artículos publicados en las revistas divulgativas) ya que la vulgarización forma parte de la propia actividad científica: es una necesidad absoluta para el avance de la ciencia, su transmisión y su conservación.

Por lo tanto, el trabajo de traducción-resumen-vulgarización es relativamente frecuente en el mundo de la traducción profesional especializada y, en consecuencia, debe ser enseñado a los futuros traductores en el marco pedagógico universitario. Por este motivo, un traductor que debe vulgarizar un trabajo científico o tecnocientífico debería conocer las reglas específicas de este tipo de actividad para aumentar su eficacia comunicativa.

En el presente trabajo, y sin ánimo de exhaustividad, presentaremos y analizaremos algunas de las reglas de elaboración del discurso vulgarizador desde el punto de vista de su utilidad para los futuros traductores, todo ello a partir de nuestras propias experiencias en la docencia de la traducción tecnocientífica hacia el español en niveles universitarios de Máster en Francia.

COMUNICACIÓN 29

Alberto Buitrago Jiménez

Universidad de Salamanca, España

Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Salamanca y profesor de Cursos Internacionales, donde imparte cursos regulares de lengua y cultura españolas y seminarios de formación de profesores. Docente en cursos de didáctica de E/LE en diversas instituciones españolas y extranjeras. Autor de manuales y diversos materiales para la enseñanza de español como lengua extranjera. Actualmente es el responsable de la unidad de I+D+i de Cursos Internacionales.

Español técnico: una herramienta para la ingeniería española en el mundo

La comunicación estará centrada en la presentación del curso “Español técnico”, desarrollado por la Universidad de Salamanca, la Real Academia de Ingeniería y Lenkua. Es un curso semipresencial de nivel B1 diseñado para estudiantes de Ingeniería, Arquitectura o disciplinas similares o para ingenieros, arquitectos y profesionales afines a estos sectores, que, cada vez con más frecuencia, debido al prestigio de la ingeniería española en el mundo y a la pujanza de nuestra lengua, necesitan el español en el desempeño de su actividad laboral.

Este curso se ha elaborado de acuerdo con la metodología blended learning, que propugna el uso de herramientas híbridas de aprendizaje de idiomas. Por su especificidad, presenta también características novedosas:

- Equipo interdisciplinar.
- Orientación corporativa.
- Doble vía de implementación (lingüística y técnica).

La parte en línea (100 horas) consta de seis módulos divididos en dos unidades, que a su vez se organizan en secciones de denominación acorde con la temática y contenidos: conectando (presentación), diseñando, calculando, construyendo (recursos y actividades de diversa tipología para trabajar contenidos formales y destrezas comunicativas), conociendo (contenidos culturales relacionados con la Ingeniería en el mundo hispano), creando (aspectos textuales relevantes en el ámbito laboral) y comprobando (revisión y repaso). Hay, además, varios foros: tablón de anuncios (avisos y mensajes), dudas técnicas y cafetería (espacio de convivencia).

La parte presencial (25 horas) consta de dos fases: Repaso, ampliación y refuerzo de lo tratado en la primera fase y realización de una prueba escrita. Elaboración de un proyecto a partir de los contenidos estudiados en la parte en línea.

Para superar el curso se deben completar las actividades de cada módulo, valorar tareas realizadas por otros (P2P) y participar activamente en los foros. Asimismo, hay que aprobar la prueba escrita y realizar con éxito todas las tareas propuestas en la parte presencial.

COMUNICACIÓN 30

María del Carmen Rodríguez Caballero

I.E.S.: "Poeta Claudio Rodríguez" - Zamora, España

Licenciada en Filología Inglesa por la Universidad de Salamanca (España). Ejerce como profesora de inglés y español en secundaria. Ha trabajado como profesora de inglés y español en Los Ángeles (Estados Unidos) por un periodo de cuatro años, en Southampton (Reino Unido) por un periodo de dos años, y en la Universidad Pontificia de Salamanca como profesora de español para extranjeros.

La multiculturalidad en el aula de español. el1/ el2

TEMA: Para educar a un niño se necesita a todo un pueblo.

La clase de lengua española ha cambiado drásticamente en los últimos diez años. Los institutos públicos han dejado de ser monoculturales para convertirse el aula en un espacio de diversidad cultural. Hay alumnos cuya L1 es español, pero también nos encontramos con estudiantes cuya L1 es diferente: rumana, búlgara, árabe, sólo por mencionar mi realidad del curso pasado.

OBJETIVO: La educación multicultural es el objetivo que intento alcanzar en mis clases. Pero, ¿en qué consiste la educación multicultural cuando enseño lengua o literatura española? Muchos docentes lo ven simplemente como integración del contenido; yo pretendo involucrar a estos alumnos de modo que también puedan contribuir a la clase de español.

En mi comunicación explico las cuatro dimensiones de la educación multicultural.

Relacionado con esta diversidad, debemos recordar las teorías the melting pot y the salad bowl (James A. Banks, 2001: 20-21) Esta última teoría es la que suscribo en mi comunicación: cada grupo inmigrante tiene un papel importante que aportar a la sociedad española; i.e. el de enriquecer nuestro país. La imagen es clara: cada ingrediente de una ensalada no se mezcla, dando colorido y gusto.

A continuación explico las etapas de la identidad cultural (James A. Banks, 2001: 138), teniendo en cuenta siempre como base a mis propios alumnos y mi experiencia en el aula.

IMPLICACIONES PARA LA EDUCACIÓN: El punto que concluye mi comunicación es la reflexión sobre las etapas citadas anteriormente y sus implicaciones en el curriculum (Forster y Epstein, 1974), en nuestro día a día en clase. Quiero ir más lejos: hacer también una reflexión sobre las implicaciones que tendría en la comunidad escolar en general, es decir, en el centro educativo, transformándolo en una entidad multicultural de respeto, disfrute y aprendizaje.

COMUNICACIÓN 31

Paulina Meza

Universidad de La Serena, Chile

Profesora e investigadora de la Universidad de La Serena. Es Doctora en Lingüística (2014) por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Sus intereses de investigación dicen relación, principalmente, con la argumentación, la escritura académica y científica en español. Actualmente, está desarrollando su investigación postdoctoral, centrada en el posicionamiento estratégico del autor en artículos de investigación científica, considerando las variables nivel de experticia y disciplina.

El posicionamiento estratégico en artículos de investigación de Ciencias Médicas y Ciencias Naturales: variación según el área y la experiencia de los autores

Los enfoques más importantes que estudian el discurso especializado y, específicamente, la escritura científica, presentan limitaciones que no permiten indagar en algunas de sus características centrales, a saber, su carácter persuasivo y argumentativo. En efecto, en sus trabajos los autores no solo exponen resultados, sino que también intentan convencer a su audiencia de que su investigación es valiosa y digna de ser considerada por su comunidad. El Posicionamiento Estratégico del Autor es un acto discursivo complejo de carácter persuasivo y argumentativo, que permite dar cuenta de la forma en que un investigador se presenta y se valora a sí mismo, y cómo expone y valora su investigación en sus escritos. El objetivo propuesto es determinar la variación de este acto discursivo según dos variables: el área de la ciencia y el grado de experticia del autor. Para ello analizamos un corpus representativo compuesto por 12 artículos de Ciencias Médicas y 5 de Ciencias Naturales, escritos por autores en formación y consolidados. El análisis fue realizado manualmente a partir de categorías propias, identificadas inductivamente, etiquetadas con el software Atlas.ti y validadas por expertos disciplinares. Los resultados muestran que en dichas áreas los autores, independiente de su experiencia, despliegan, principalmente, estrategias de carácter epistémico, las cuales se utilizan para especificar el aporte de la

investigación al campo del conocimiento. Las diferencias entre las disciplinas y los grados de experiencia están dadas por el tipo, variedad y cantidad de estrategias de posicionamiento. Nuestro trabajo puede ayudar en la comunicación profesional de investigadores, estudiantes o cualquier persona interesada en el discurso especializado de las Ciencias Médicas y Naturales, pues entregamos un modelo específico, obtenido a partir de una investigación empírica, con las estrategias reales que utilizan los autores en formación y consolidados de las áreas mencionadas para posicionar sus trabajos.