

A PROPÓSITO DE LA APLICACIÓN DE LA LINGÜÍSTICA A LAS NECESIDADES COMUNICATIVAS DE LA EMPRESA: PROPUESTAS PEDAGÓGICAS

MARÍA DEL MAR GÓMEZ CERVANTES
Universidad de Murcia

RESUMEN. *En este estudio pretendemos analizar algunas de las propuestas pedagógicas, realizadas hasta el momento y en relación a la instrucción comunicativa del empresario, a partir del encuadre de dichas obras en los planteamientos teóricos de la Lingüística Aplicada. Así, constataremos que dichas proposiciones sólo adquieren forma si las consideramos en el seno de la Pragmática Lingüística, superando, de esta forma, los límites establecidos por la Lingüística estrictamente teórica.*

PALABRAS CLAVE: *Lingüística Aplicada, Pragmática, Instrucción comunicativa, Empresario.*

ABSTRACT. *In this study, we try to analyze the pedagogic proposals that have been done so far in relation to the communicative training of businessman in the field of Applied Linguistics.*

In this way, we will show that these proposals only acquire meaning if we consider them in the frame of Pragmatic Linguistics, going in that way beyond the limits of a strictly theoretical Linguistic approach.

KEYWORDS: *Applied Linguistic, Pragmatic, Communicative training, Businessman.*

1. INTRODUCCIÓN

Dada la considerada aplicación de la Lingüística a las necesidades patentes en nuestra sociedad, nuestro estudio se basará en el acercamiento a los textos *Análisis del discurso. Competencia discursiva en ámbitos profesionales: El contexto de la empresa* de Rosana Dolón y Francisca Suau y la recopilación de estudios que realiza Andreu van Hooff Comajuncosas bajo el título *Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios*¹, de forma que demos cuenta de la implicación lingüístico pragmática que, a nuestro entender, ha de caracterizar una propuesta pedagógica orientada a la instrucción en habilidades comunicativas para los componentes de la empresa.

Así, consideramos que estas obras responden perfectamente a la orientación de la Lingüística Aplicada si tenemos en cuenta la definición que, de esta disciplina, nos ofrece Calvo Pérez valiéndose del *Diccionario de Lingüística* de Dubois *et al*: “El conjunto de investigaciones que utilizan los procedimientos de la Lingüística propiamente dicha para resolver ciertos problemas de la vida cotidiana y profesional y ciertos problemas que plantean otras disciplinas”. (Calvo 1990: 322).

De esta forma, en las obras antes mencionadas podemos apreciar esa respuesta al factor eminentemente práctico que caracteriza a la Lingüística Aplicada, en este caso orientada al empleo de la lengua con unos fines específicos, a saber, su empleo profesional y, más concretamente, dirigido a la empresa.

Establecida esta finalidad, los distintos autores de los citados estudios coinciden en su intento por delimitar su campo de estudio, por pretender darle una denominación determinada y, en último lugar, por establecer una metodología pedagógica que asegure un buen aprendizaje de la materia en cuestión.

2. PROPUESTAS PEDAGÓGICAS DE LOS TEXTOS CITADOS

De la primera obra citada, de las autoras Dolón y Suau, hemos de subrayar la representatividad que tienen muchos de los comentarios y datos que se recogen en este libro

como, por ejemplo, el hecho de que se constata, al inicio de la obra, la necesidad de tener en cuenta la aportación lingüística en los distintos terrenos profesionales y, en concreto, en el terreno propiamente empresarial.

No cabe duda de que el estudio del lenguaje en el contexto de las profesiones representa uno de los mayores intereses de la Lingüística actual [...]. También la demanda social de investigación en esta área está en auge, de modo que esta situación podría dar la impresión de que se trata de una disciplina sólidamente establecida. No obstante, el estudio de la lengua en ámbitos profesionales es relativamente reciente. (Dolón y Suau 1997: 1) (subrayado nuestro).

Esta afirmación, realizada hace escasamente nueve años, ilustra perfectamente, o, al menos de un modo bastante aproximado, la situación que se vive hoy día en este contexto.

Con respecto a la metodología con la que la Lingüística ha de acercarse al estudio del cualquier entorno profesional, y en concreto el de la empresa, es aquella que rompe con la percepción de la lengua como un *ente* abstracto, tal y como se adhiere a la tradición lingüística de Saussure, la de Chomsky-Harris o la mantenida por la gramática tradicional.

Se siente, consecuentemente, la necesidad de una apertura de esta disciplina, de lograr una vertiente aplicada y práctica de la misma que llevará, tal y como nos lo hacen ver Dolón y Suau, a la distinción entre una Lingüística Teórica y una Lingüística Aplicada, ésta última orientada al estudio de todos aquellos ámbitos hasta ahora no indagados por la Lingüística, estrictamente teórica.

Para dar muestras de esa necesidad de trascender viejas fronteras impuestas a la Lingüística, estas autoras traen a colación una representativa cita, a modo de enumeración, de Ehlich que reproducimos a continuación:

1. El análisis de la lengua en las profesiones es un fenómeno reciente en la teoría lingüística.
2. Hay una presión importante de la sociedad y de instituciones de formación para aportar soluciones rápidas en función de necesidades comunicativas a cubrir.
3. La Lingüística no está muy bien equipada para responder a la necesidad de análisis lingüístico en el ámbito profesional.
4. Algunas de las razones por las que la Lingüística no se revela como instrumento de análisis idóneo, reside en su sistema presuposicional, en la medida en que nociones sobre lo que representan apropiados objetos de estudio lingüístico se prestan a confusión sobre lo que es la lengua propiamente dicha. (Ehlich 1992: 14)

Así, la alternativa propuesta que se concreta en la Lingüística Aplicada, supondrá, desde el punto de vista de estas autoras, el progreso en el terreno de la Lingüística, teniendo en cuenta los conceptos de *texto* y *discurso*, en ocasiones empleados con cierta arbitrariedad, al mismo tiempo que se pasará a hablar de *comunicación en las profesiones*, increpando a un concepto más amplio que el mantenido hasta el momento bajo el enunciado *lengua de las profesiones*. Con esta alternativa lingüística, además, se presenta la necesidad de tener en cuenta la contribución de otras disciplinas, (o campos), como las que enumeran las autoras, a saber, la etnolingüística, la comunicación intercultural y la pragmática². Se inaugurará, por lo tanto, un nuevo concepto como será el de *acontecimiento comunicativo* que definirán más adelante Dolón y Suau de la siguiente manera:

[...] sirve de estructura capaz de unificar las aportaciones de estos campos [enumerados más arriba]; una estructura sobre la que se fundamente una nueva y más amplia concepción de la enseñanza de lenguas para fines ocupacionales, partiendo más bien del concepto que representa un enfoque de *comunicación para fines personales*. (Dolón y Suau 1997: 6).

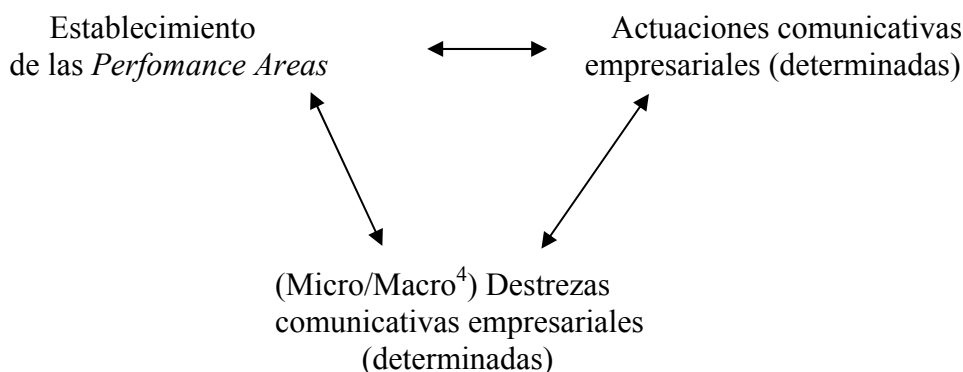
Así, otro cambio que habría que hacer notar, a partir de la nueva concepción de la Lingüística, es el paso dado entre el concepto de *competencia comunicativa* al de *capacidad comunicativa*.

Llegados a este punto en el que se han reconocido las evidentes carencias de una metodología estrictamente teórica de la Lingüística para el estudio de actos comunicativos como son los propiamente empresariales, y presentada la alternativa que ofrece la Lingüística Aplicada, -acogida por las autoras para el diseño de su metodología de enseñanza- pasaremos ahora a presentar la propuesta pedagógica de estas autoras.

Así, tras el esbozo del mapa conveniente a la confluencia de teorías que se han mostrado propicias a la instrucción lingüística de los profesionales de la empresa, la metodología que estas autoras consideran más apropiada es la *Lingüística pragmático-discursiva*, que permite captar la lengua en su manifestación real, integrando variables de carácter social y psicológico que intervienen en la comunicación, y en virtud de las cuales ésta se expresa. Las justificaciones que presentan Dolón y Suau con respecto a su elección, las encontramos dispersas en las distintas páginas de su obra, pero nosotros las recogemos con la siguiente cita:

Por su capacidad de integrar las especificidades de uso y contenidos lingüísticos que caracteriza el uso de la L2 en estos ámbitos profesionales [...] porque ayuda a poner de relieve, aplicando cualquiera de los modelos o las teorías señaladas³, diferentes perspectivas de construcción del significado discursivo o textual [...]. (Dolón y Suau 1997: 27-28).

No obstante, para su aplicación, las autoras muestran la necesidad de establecer una distinción de *performance areas*, concepto éste que procede de Ellis y Johnson, tratándose de áreas de actuación comunicativa que son delimitadas a partir del estudio de las necesidades ocupacionales que se desprenden de las tareas profesionales propias del contexto de la empresa. Esta distinción, junto con el desglose de una serie de actuaciones comunicativas concretas, tendrá como consecuencia las interrelaciones que ilustramos de la siguiente forma:



Se considera, por lo tanto, fundamental la delimitación de esas áreas de actuación comunicativa de forma que, de ellas, se derive la necesidad de responder, por parte del empresario, a una competencia lingüística determinada que se define del siguiente modo:

[...]capacidad de construir discursos y textos tipificados en el mundo de la empresa, de carácter funcionalmente idiosincrásico, de estructuras recurrentes, delimitables a su inicio y su fin, que encierran una función determinada en su construcción unificada, y que por todas estas características suponen unidades de aprendizaje abarcables tanto para su explotación metodológica como para su aprendizaje. (Dolón y Suau 1997: 31)

Esta caracterización que se hace de la competencia lingüística que necesita el empresario, dando muestras de su dominio de todas las situaciones comunicativas, es muy similar a la que tiene Cabré en su artículo: “¿Lenguajes especializados o lenguajes para propósitos específicos?” de la segunda obra señalada, lo cual hace ver con las siguientes palabras:

En lo que concierne a las actividades que afectan a la actividad del ámbito de los negocios hay que tener en cuenta separadamente todas las áreas que conciernen a los negocios, porque en cada una de ellas se realizan actividades distintas. La formación de cara a la adquisición de una competencia comunicativa operativa y eficiente supone especificar todas las situaciones de comunicación de cada una de las áreas. (Cabré 2002: 31). (Subrayado nuestro).

Vemos, por lo tanto, que se asume la comunicación en la empresa de un modo totalmente regularizado e institucionalizado lo que lleva a la delimitación de una tipología discursiva/textual según las destrezas que se desarrollan en interrelación con unas áreas de actuación comunicativa concretas⁵.

Tengamos en cuenta que la pretensión primordial de estas obras es la de establecer un método pedagógico con unos fines lingüísticos determinados, lo cual sólo podrá conseguirse mediante la sistematización y uniformización del hecho que se pretende enseñar. Esta regularización, a pesar de que podamos suponer lo contrario, llega, incluso, al terreno de la expresión oral, tal y como lo hacen notar Dolón y Suau:

[...] especialmente en el contexto económico-empresarial los tipos de discurso oral que se manejan siguen una estructura a menudo bastante estereotipada. Las presentaciones formales, entrevistas, negociaciones, suelen ser manifestaciones discursivas desarrolladas a partir de una secuencia de fases conversacionales determinadas y, a menudo -tal y como también ocurre con la interacción social-, presentan rutinas conversacionales típicas. Su carácter recurrente es de gran valor pedagógico. (Dolón y Suau 1997: 79).

Un aspecto original de la obra *Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios*, es el relativo a la denominación que ha de recibir el español de los negocios en tanto que debatida su designación como *lenguaje de especialidad*, *lenguaje especializado*, *lenguajes para propósitos específicos*, *lengua de especialidad*, *lenguaje sectorial*, etc, mostrando una gran confusión entre los conceptos de *lenguaje* y *lengua*.

Superada esa primera pretensión de determinar el *status* de aquello a los que se refieren estos autores y sobre lo que pretenden establecer una bases pedagógicas, se establecen los rasgos propios de este tipo de discursos o textos, lo cual nos hace llegar, a nosotros, a una primera conclusión que, desde el punto de vista estrictamente lingüístico, lo único que hace diferentes a este tipo de discursos o textos es su terminología, puesto que el resto de rasgos gramaticales, como los pertenecientes a su manifestación morfosintáctica, sin duda no contienen ese rasgo de exclusividad que pueda tener el léxico empleado en las expresiones lingüísticas del ámbito empresarial⁶.

3. CONCLUSIÓN

Como conclusión, y en base a las aportaciones teórico-pedagógicas realizadas en estas dos obras, nos parece adecuado dar cuenta de nuestra propia postura con respecto a la caracterización lingüística de los distintos *actos comunicativos* que toman forma en la empresa, la cual tiene su correspondencia en los planteamientos propiamente pragmáticos. De esta manera, nosotros consideramos pertinente reconocer la intencionalidad que mueve la

producción de estos discursos o textos, netamente persuasiva; la funcionalidad de los mismos; la situación comunicativa en donde se producen, la finalidad que se pretende conseguir con su producción, el tipo de audiencia a la que van dirigidos, etc. todos ellos elementos de raigambre propiamente pragmático-retórica y a los que quedan subordinados todos los factores de tipo propiamente gramatical, pese a las posibles dificultades de sistematización que ello pueda suponer, máxime cuando de lo que se trata es de mostrar cierta regularidad de la materia que se quiere enseñar, tal y como corresponde a la finalidad de las dos obras estudiadas.

Esta reflexión nuestra la encontramos constatada en el artículo de Pujante “Hacia una caracterización retórica del discurso persuasivo empresarial” con las siguientes palabras:

Si bien toda composición de un mensaje con intención persuasiva incluye aspectos que no son retóricos, ya sean gramaticales o lógicos, en realidad todos ellos se utilizan con vistas a una última y primordial finalidad que es la construcción de una estructura textual-pragmática que consiga convencer/persuadir a sus receptores sobre la certeza o la verosimilitud de la perspectiva con que se aborda el asunto del mensaje. (Pujante 2003: 61-62) (Subrayado nuestro).

NOTAS

1. Dentro de esta obra hay que destacar los siguientes autores y títulos de artículos incluidos: de Cabré: “¿Lenguajes especializados o lenguaje para propósitos”; de Aguirre Beltrán: “Perspectivas para la enseñanza y aprendizaje del español de los negocios”; de Cassany: “Explorando los discursos de las organizaciones”; de Barros García *et al.*: “El español para la comunicación bancaria: propuesta didáctico-metodológica” y de Felices Lago: “Parámetros para la orientación temática en el discurso prototípico de la economía sectorial”.
2. Echamos en falta la mención, junto a las disciplinas enumeradas, de la Retórica en tanto que también rige el acto comunicativo, o *acontecimiento comunicativo*, en su totalidad, más allá de la estrechez de su configuración estrictamente lingüística.
3. Estos modelos son: Teoría de los Actos de Habla; la Lingüística Textual; el Análisis Discursivo de los Etnometodólogos y de la Escuela de Birmingham; la Teoría de los Esquemas; la Teoría de la Estructura Retórica; la Pragmática Contrastiva y la Teoría del Género.
4. Como *microdestrezas* se subrayan las siguientes: Desenvolverse en reuniones, negociaciones, redacción y comprensión de informes, conversaciones telefónicas, redacción y comprensión de documentos, presentaciones formales, redacción y comprensión de cartas comerciales, redacción y comprensión de otros escritos, charlas informales, lectura y redacción de catálogos, explicación de gráficas y lectura de revistas especializadas. En cuanto a las denominadas *macrodestrezas* se citan las siguientes: la expresión escrita; la comprensión escrita; la comprensión oral y la expresión escrita.
5. Por su parte, Cassany en su artículo “Explorando los discursos de las organizaciones” establece otros ámbitos comunicativos, igualmente considerando que en ellos se han de desarrollar destrezas distintas en consonancia con las necesidades respectivas. Estos son:
-Según el organigrama de la empresa hace una distinción entre las situaciones comunicativas externas e internas. Éstas últimas, a su vez, las divide en horizontales y verticales y, una última subdivisión de las verticales en ascendentes y descendentes.
-Según criterios pragmáticos, distingue los siguientes ámbitos comunicativos: el técnico-científico; el organizativo; el comercial y el protocolario.
6. Así lo reconoce Felices Lago en su artículo “Parámetros para la orientación temática en el discurso prototípico de la economía sectorial” cuando, considerando a esta variedad como un *ergolecto*, hace la siguiente determinación: “O sea, un ergolecto opera a nivel de la *lexis* y a nivel de *transacción* (negociación pragmático-comunicativa entre hablantes), pero apenas lo hace a nivel morfosintáctico” (Felices 2002: 101) (subrayado nuestro).

BIBLIOGRAFÍA

- Calvo Pérez, J. 1990. "Lingüística Aplicada". *Lingüística general y aplicada*. Ed A. López García. Valencia: Universitat de València. 321-346.
- Dolón, R.y Suau, F. 1997. *Análisis del discurso. Competencia discursiva en ámbitos profesionales: el contexto de la empresa*. Valencia: Centro de Estudios sobre Comunicacion Interlingüística e Intercultural, Universidad de Valencia.
- Hoofst Comajuncosas, Andreu V. 2004. *Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios*. Ámsterdam: Rodopi.
- Pujante Sánchez, D. 2003. "Hacia una caracterización retórica del discurso persuasivo empresarial". *La recepción de los discursos: el oyente, el lector y el espectador*. Eds J.A. Hernández Guerrero *et al.* Cádiz: Universidad de Cádiz. 61-68.