



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN
EN BELGICA, PAISES BAJOS
Y LUXEMBURGO



UNIVERSITY OF AMSTERDAM

IV Congreso Internacional de Español para Fines Específicos

“El español,
lengua de las profesiones”

Facultad de Humanidades, Universidad de Ámsterdam, Noviembre de 2011.



TALLER:



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Marcelo TANO

Profesor titular de E/LE en el Instituto de Idiomas de la Escuela Nacional de Ingeniería de Metz (Francia)

Autor de materiales en la editorial DIFUSION
(Centro de Investigación y Publicaciones de Idiomas)

Objetivos del taller:

- ➔ Manejar los conceptos claves de la interculturalidad en la enseñanza de lenguas vivas.
- ➔ Reflexionar sobre los enfoques más apropiados para tratar temas de cultura en el aula E/LE orientado al mundo del trabajo.
- ➔ Analizar materiales para programar contenidos culturales.



Índice

1. Ideas preliminares.
2. Reflexiones sobre la competencia intercultural en la enseñanza de EFE.
3. Análisis de materiales que desarrollan las habilidades interculturales .
4. El aprendizaje por tareas en la adquisición de destrezas interculturales.
5. Algunas conclusiones



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

1.

Ideas preliminares



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Tendencias

La adquisición de **saberes operativos** es una reivindicación legítima de las empresas y de nuestros propios estudiantes.

El aprendizaje en **E/LE** se orienta progresivamente hacia el **mundo laboral**.



Particularidades del idioma meta

→ El idioma del mundo profesional se enseña atendiendo a la práctica de actividades relacionadas con la empresa.

→ No se trata de enseñar cómo administrar una empresa sino de poner al alcance de los estudiantes los elementos necesarios para que se desenvuelvan eficazmente comunicando en el ámbito laboral.

→ La eficacia en el uso de la lengua extranjera depende de aspectos culturales que sobrepasan su carácter práctico, instrumental, real y rentable.

Interculturalismo y enseñanza de idiomas

Los modos operativos de las sociedades actuales imponen la necesidad de conocer otras lenguas y culturas para desenvolverse en una empresa ya internacionalizada.

Mundialización de los sistemas de comunicaciones

+

Globalización de la producción de mercancías y servicios

+

Creciente interdependencia económica



Y para una empresa, ¿cuál es el mejor idioma para trabajar?

Las actividades empresariales se desarrollan a través del uso de idiomas como instrumentos de gestión y comunicación.

!!! El del cliente !!!

El mundo hispano




**500 millones
de consumidores potenciales**

**Necesidad pragmática
de preparar ejecutivos que
dominen la lengua del cliente**

**¿Qué variantes de la lengua?
¿Qué aspectos interculturales?**

¿Qué modelo de hablante adoptaremos para enseñar en el aula?



¿El del hablante catalán de castellano, el del hablante andaluz o el del hablante mexicano o argentino?

Desde la perspectiva intercultural:
todos los modelos que sean posibles
y útiles para alcanzar nuestro objetivo.

Particularidades culturales

Durante un encuentro con otra cultura, es normal experimentar una cierta perplejidad. Cuando parece que lo más difícil es hablar un idioma extraño, cuando uno cree que domina la gramática y la fonética, cuando uno decide que ha llegado el momento de demostrar sus conocimientos, se da de bruces contra una cultura que no comprende, que no ha aprendido a interpretar y para cuyas particularidades no ha sido preparado.



Hay que prepararse para disminuir el grado de incertidumbre ante una cultura que nos es extraña.

El **componente cultural** deja de ser un elemento decorativo en la enseñanza de idiomas



No basta con conocer el idioma extranjero para comprender.

El conocimiento del lenguaje es sólo una parte de todo el saber necesario para comunicarnos.

El componente cultural: un elemento central en la enseñanza de idiomas



Para entendernos unos a otros, además de la lengua, apelamos a nuestra experiencia previa, a nuestras intenciones, a nuestras capacidades de procesamiento cognitivo, a muchos factores extralingüísticos (pragmáticos, contextuales, sociales, etc.) que determinan el uso del lenguaje en cada situación.

Los manuales de enseñanza deben estimular la reflexión sobre la cultura meta y la cultura de origen

El extranjero, a medida que aprende una lengua, percibe la opacidad de la cultura meta. Para ir levantando los velos que recubren esa nueva realidad necesita hacer explícitos los implícitos y contextualizar los fenómenos para poder interpretar los mensajes. Mientras realiza este trabajo es imposible que no aplique esas mismas estrategias a la cultura de la que procede. Ésta es una de las tareas fundamentales que han de encomendarse a los materiales de enseñanza.



Cuestionamiento docente



¿Formamos a nuestros estudiantes para que **se integren** rápida y eficientemente en el **contexto empresarial** internacional?

¿Fomentamos la adquisición de las **destrezas lingüísticas** necesarias para que puedan gestionar proyectos con personas de culturas diferentes?

¿Adoptamos una metodología que desarrolle mejor sus **competencias interculturales** útiles para la vida profesional?

¿Proponemos **recorridos culturales representativos** para que nuestros alumnos se vuelvan más **autónomos** disminuyendo el grado de incertidumbre que provoca la interacción con otras culturas?

2.

Reflexiones sobre la competencia intercultural en la situación de enseñanza-aprendizaje de EFE



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



El desarrollo de la competencia intercultural depende de ciertas capacidades:

Capacidad del **estudiante** para entender los modos en que un idioma se utiliza en contextos socioculturales concretos y de establecer lazos entre su propia cultura y otras, explicando la diferencia y, fundamentalmente, aceptando esa diferencia.

Capacidad del **docente** para mediar entre la cultura del aprendiente y la cultura meta.



Elección de materiales

Etapas de la adquisición de la competencia intercultural

1

Estadio monocultural

La persona basa sus acciones en las normas, usos y convenciones aprendidos de su propia cultura.

Prevalecen los tópicos, prejuicios y estereotipos.

2

Estadio intercultural

El aprendiente está situado entre las dos culturas.

Es capaz de compararlas y tiene recursos para explicar las diferencias culturales.

3

Estadio transcultural

El estudiante se sitúa a cierta distancia de las culturas implicadas.

Utiliza los principios de cooperación y comunicación para actuar como mediador.

Factores que influyen en el desarrollo de la competencia intercultural



A.
**Factor
cognitivo**



Conocimiento

B.
**Factor
motivacional**



Interés

C.
**Factor
conductual**



Destreza

Cuando falta alguno de estos elementos, la comunicación intercultural se ve dificultada.

La dimensión sociocultural desarrolla **actitudes**



Conocimiento de la lengua y de la cultura
(amortiguador del choque cultural)

Desarrollo de una conciencia intercultural
(curiosidad y empatía ante distintas culturas)

Prevención o erradicación de la xenofobia
(distanciamiento crítico de la cultura propia)

La dimensión sociocultural desarrolla **habilidades**

Destreza para interpretar significados, creencias y prácticas de la cultura meta a través de un análisis comparativo de las similitudes y diferencias entre culturas.



Habilidad para desenvolverse de forma adecuada en situaciones comunicativas interculturales.

Capacidad para ser mediador entre personas de distintas culturas.

Perfil ideal del usuario culturalmente competente



Es de mentalidad abierta.
Se autocontrola.

Percibe la complejidad de la realidad.

Evita aventurar juicios poco fundamentados.

No generaliza la actuación de un individuo a todos sus compatriotas.

Lucha contra el etnocentrismo pues no considera su cultura como superior.

Se desembaraza de los estereotipos abusivos y simplificadores.

Perfil del estudiante tipo



→ Adulto + adolescente avanzado

→ Conocedor de las disciplinas específicas para su futura profesión

→ Con poco tiempo para el estudio de la lengua

→ Sumamente interesado por la apertura cultural pero muy alejado del perfil ideal del usuario culturalmente competente.

Prioridades en el proceso de aprendizaje de EFE

Las necesidades de comunicación de los estudiantes determinan el programa teniendo en cuenta que el que aprende una lengua pretende usarla en contextos reales.

Enfoque que prima la acción sobre la abstracción
(la lengua no sólo como un instrumento de representación del mundo sino también un instrumento de acción).



Papel de los profesores:
Ayudar y apoyar a los que aprenden introduciendo actividades con materiales realmente representativos de la cultura meta.

La selección de actividades: una responsabilidad del docente

Actividades de comunicación funcional

Manejar datos
para resolver un problema
compartiendo información.

Comprensión del significado
funcional de las formas lingüísticas.

Actividades de interacción social

Elegir la lengua adecuada
para el contexto.

Comprensión del significado **social**
de las formas lingüísticas.



Actividades de **interacción social**

Estrategias que permitan al alumno desarrollar una conciencia intercultural para actuar socialmente en otras culturas.



La comunicación deja de ser un simple intercambio de información para constituirse en el modo en que los estudiantes descubren nuevos valores y prácticas sociales.

conocimientos pragmáticos

+

comunicación no verbal

+

comprensión de la cultura meta más allá de los tópicos

Objetivo de la enseñanza intercultural



**Conseguir un
hablante-mediador
competente que pueda:**

- Reflexionar sobre intenciones ambiguas, significaciones y connotaciones en el uso de la lengua.
- Interpretar comportamientos y usos del espacio.
- Enfrentarse a los malentendidos utilizando estrategias verbales y no verbales.
- Superar bloqueos y resolver conflictos.

El progreso de la destreza comunicativa pasa por el desarrollo de la competencia intercultural.



El estudiante de una lengua analiza la conducta de los miembros la cultura extranjera y el modo en que éstos se expresan.

En ese proceso de interpretación, elabora hipótesis y llega a conclusiones explicativas.

El profesor en el aula intercultural



Se transforma en un intérprete cultural.

Detecta los prejuicios de los estudiantes.

Sabe escuchar las presuposiciones que se expresan a través de las palabras.

Prepara para cuestionar valores y creencias.

Rol del docente:

Animar a los alumnos a que pongan a prueba sus convicciones ayudándoles a desarrollar una actitud crítica sobre los temas tratados.

El papel que desempeña el profesor

Advertir sobre las posibles consecuencias de los errores cometidos durante una interacción.

Error lingüístico :

despierta el afán cooperativo en el interlocutor

Error cultural:

genera animadversión, antipatía o resentimiento



Componentes de la competencia intercultural



1.
Saber ser et estar

2.
Saber

3.
Saber aprender

4.
Saber hacer

Medidas que permiten desarrollar el componente “**SABER SER Y ESTAR**”

Adoptar comportamientos que ayuden a establecer relaciones con personas de otras culturas.

Estimular la curiosidad intelectual y una actitud entusiasta ante lo desconocido.

Desarrollar una actitud crítica que permita descubrir el modo en que se construye la realidad de una cultura.

Identificar los temas conflictivos y los tabúes culturales.



Medidas que permiten desarrollar el componente “SABER”

Ir creando un sistema de referencias que permita identificar y comprender el funcionamiento de las prácticas culturales.

Conocer los datos culturales generales:

estructuración del tiempo y el espacio
relación con el cuerpo (alimentación, ropa, relaciones amorosas...)
gestos característicos de la comunidad
hechos históricos y sociales
consideraciones geopolíticas
evolución de las instituciones
peso de las tradiciones



Medidas que permiten desarrollar el componente “**SABER APRENDER**”

Hacer uso de estrategias de localización, análisis e interpretación de conceptos, significados, creencias, prácticas culturales y contenidos socioculturales transmitidos a través de la lengua en la interacción o en los documentos auténticos.



Utilizar diferentes criterios para comprender textos escritos y orales reconociendo la proximidad y la distancia cultural, identificando las connotaciones que se asocian a los referentes culturales.

Medidas que permiten desarrollar el componente “SABER HACER”

Capacidad de emplear el sistema de referencias culturales explícito e implícito.



Competencia integradora que aglutina actitudes, destrezas y conocimientos en situaciones específicas de contacto intercultural

Habilidades:

Participar en intercambios comunicativos interculturales.

Saber actuar y reaccionar en situaciones de comunicación imprevisibles.

Tratar los datos según el contexto y la situación de la interlocución.

Dominar el metalenguaje (raza, nacionalidad, clase social, estereotipo, etc.)

3.

Análisis de materiales didácticos que desarrollan habilidades interculturales

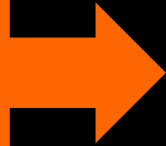


“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

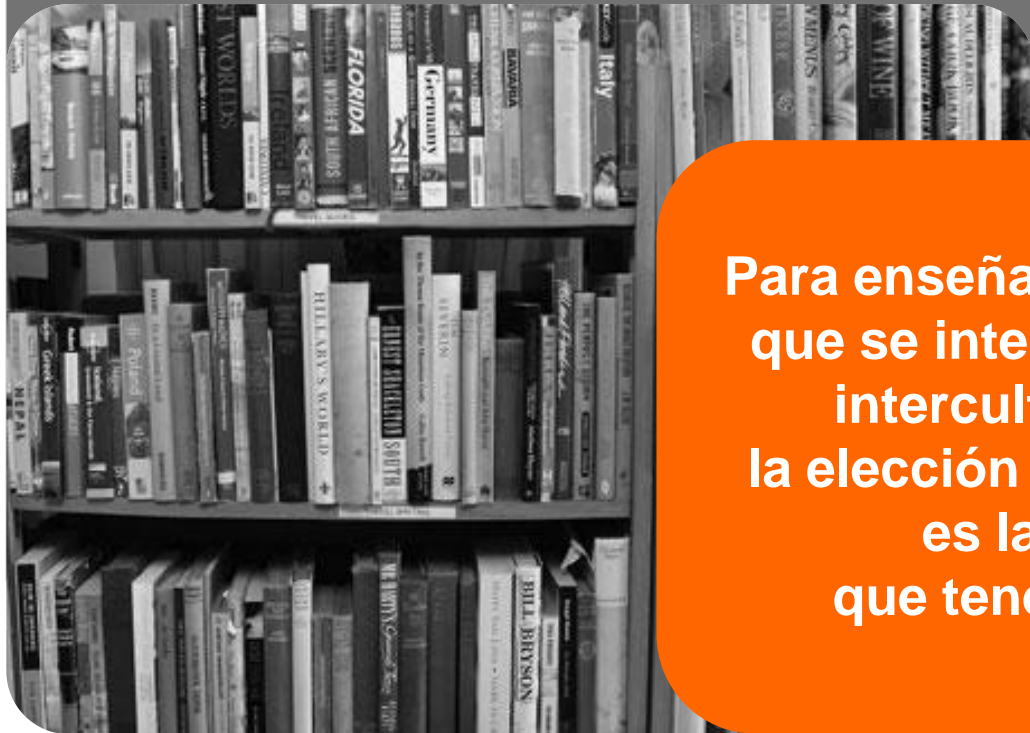
Prof. Marcelo Tano



Material
didáctico



instrumento flexible ≠ fijo / molde / receta prescriptiva



Para enseñar español a un público que se interesa por los aspectos interculturales del idioma, la elección del **material didáctico** es la primera etapa que tenemos que superar.

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



**Analizar materiales didácticos
desde un punto de vista intercultural
implica la adopción de ciertos criterios**



Criteria para seleccionar manuales que desarrollen verdaderamente la competencia intercultural

1.

PERTINENCIA

Materiales realmente representativos de la cultura meta.

2.

VARIEDAD

Materiales variados en cuanto a forma y fondo.

3.

MOTIVACION

Materiales que impliquen y den ganas de descubrir nuevas realidades.

4.

REFLEXION

Materiales que permitan el cuestionamiento y contraste de informaciones.

5.

DESAFIO

Materiales que exijan un esfuerzo de interpretación crítica para reconstruir las percepciones de la cultura extranjera.

Al analizar el grado de integración entre lengua y cultura en los materiales de enseñanza del EFE, todos los docentes aceptamos esos criterios bajo algunas ideas ampliamente compartidas.



**Todos decimos lo mismo, pero...
¿estamos realmente de acuerdo en cómo hacerlo?**

Se dice que...

...las secuencias pedagógicas
deben estructurarse en...

unidades temáticas

La portada de cada unidad debe esbozarse para que incite al alumno a querer “entrar” en el tema cultural predominante.

¿Qué informaciones de índole intercultural debe incluir esta primera página?



¿Cuál de los 5 ejemplos que se suministran a continuación te parece más coherente y por qué?

Ejemplo 1

El tratamiento de los contenidos culturales en los manuales de enseñanza de EFE

	<i>Página</i>
Tema 1: La empresa	5
Tema 2: Recursos Humanos	19
Tema 3: <i>Marketing</i> y publicidad	33
Tema 4: Compras y ventas	47
Tema 5: Importación y exportación	
Tema 6: La banca	
Tema 7: La Bolsa	
Tema 8: Los impuestos	

Carencia de ciertos manuales:
 limitarse a proporcionar información sobre la cultura meta como marco para la práctica lingüística sin suministrar ninguna indicación sobre los objetivos culturales de cada unidad.

Entorno empresarial (2008)

Ejemplo 2

El tratamiento de los contenidos culturales en los manuales de enseñanza de EFE

UNIDAD	España en su economía	La prensa informa
España: La infraestructura natural de la economía española América Latina: Argentina Página 11	Fundamentos de la economía española	Influencia de los fenómenos meteorológicos en la economía
España: Panorama de la población América Latina: Uruguay Página 27	Sectores de población Sectores laborales Perfil de la población española	Futuro del nuevo empleo Gerontología profesional
España: El sector agropecuario América Latina: Chile Página 45	Agricultura y ganadería	El vino y el aceite
España: El sector pesquero América Latina: Brasil Página 63	El sector pesquero	La capital europea de la pesca

Cultura y negocios (2003)

Ejemplo 3

El tratamiento de los contenidos culturales en los manuales de enseñanza de EFE

UNIDAD 3 – *En los mercados exteriores*

Contenido temático

Una historia de alto vuelo: IBERIA
 ¿Dónde instalar una filial de nuestra empresa?
 La internacionalización
 Invertir en América Latina
 La expatriación / Selección de un candidato
Cada día más El Cono Sur / El tango

Contenido gramatical

Pretérito indefinido
 Cambios ortográficos
 Pretérito pluscuamperfecto
 La forma progresiva
 La concesión: empleo de *aunque*

Al día (2009)

Ejemplo 4

El tratamiento de los contenidos culturales en los manuales de enseñanza de EFE

UNIDAD 1 Los tipos de sociedades11	
1. Competencia pragmática	1.1. Competencia discursiva • Cartas de negocios
2. Competencia lingüística	2.1. Competencia léxica • Léxico relacionado con el mundo empresarial
3. Competencia sociolingüística	3.1. Registros • La jerga o el lenguaje de los profesionales
4. Competencia sociocultural	4.1. Competencia cultural • Los tipos de sociedades en España • Clasificación de la empresa 4.2. Comprensión auditiva • En una conferencia
5. Competencia intercultural	5.1. Los choques culturales en la empresa
Tarea final30	

Empresa siglo XXI (2008)

Ejemplo 5

El tratamiento de los contenidos culturales en los manuales de enseñanza de EFE

2. Reunión de equipo

pág. 24

En esta unidad nos familiarizaremos con las reuniones de trabajo y las negociaciones y...

- organizaremos una sesión de negociación, preparando tácticas y argumentos para alcanzar nuestras metas.
- participaremos en una reunión de manera activa, defendiendo nuestra posición y buscando un acuerdo final.

Para ello adquiriremos y manejaremos los siguientes...

recursos léxicos:

- vocabulario para hablar de reuniones y negociaciones.

recursos gramaticales y funcionales:

- la forma del presente de subjuntivo en verbos regulares e irregulares.
- recursos para presentar la opinión que implican el uso del indicativo o del subjuntivo.
- formas para poner condiciones.

- recursos para participar en debates y negociaciones: anunciar un tema y aludir a él, pedir y dar información, pedir y dar la palabra, atenuar una afirmación, etc.

Y entraremos en contacto con aspectos culturales:

- algunos consejos para negociar con españoles.
- la gestión de los turnos de palabra en España.
- la negociación colectiva en España.

Expertos (2009)

Se dice que...



...los temas de cada unidad deben ser adecuados al tipo de...

**aprendiente presente
en el aula**



**¿Qué temas culturales
se adaptan mejor
a las particularidades
del español orientado
al mundo del trabajo?**

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Programa **temático**

1

« Incorporación inmediata »
Ofertas y solicitudes de empleo

2

« Reunión de equipo »
Reuniones de trabajo y negociaciones

3

« Me trasladan a México »
Traslados laborales internacionales

4

« Exportamos a 70 países »
Comercio internacional

5

« Montamos un negocio »
Proceso de creación de una empresa

6

« Cuestiones de finanzas »
Aspectos relativos a las finanzas

7

« El tiempo es oro »
Administración del tiempo personal y laboral

8

« Producción y fabricación »
Gestión de la producción



Se dice que...



... los diálogos, las lecturas, las actividades tienen que presentar referencias a la...

cultura meta

Aspectos culturales de la unidad 1

« Incorporación inmediata »

Ofertas y solicitudes de empleo

**Modelos típicos de anuncios de trabajo,
currículos y cartas de solicitud de empleo.**

Una conocida obra de teatro llevada al cine.



Aspectos culturales de la unidad 2



« Reunión de equipo »

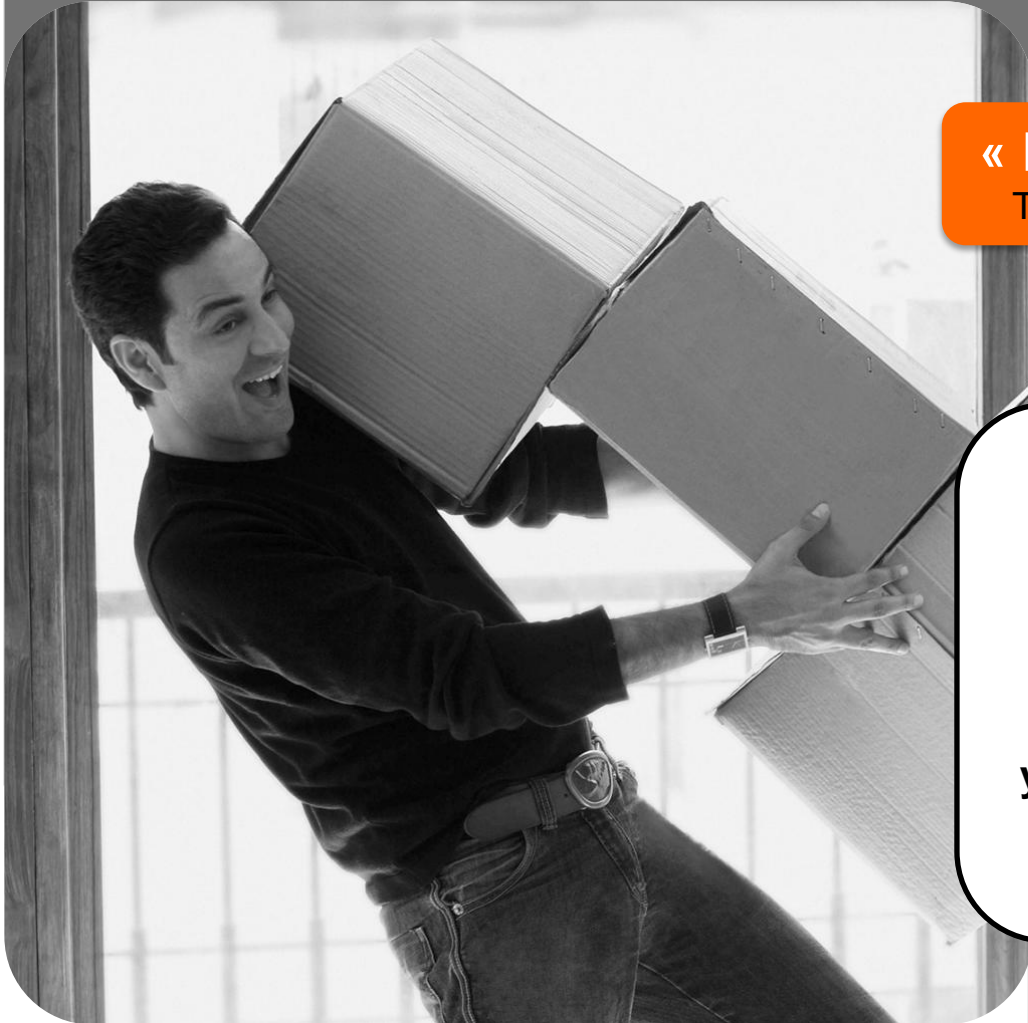
Reuniones de trabajo y negociaciones

Algunos consejos para negociar con españoles.

La gestión de los turnos de palabra en España.

La negociación colectiva en España.

Aspectos culturales de la unidad 3



« Me trasladan a México »
Traslados laborales internacionales

**La movilidad de los
ejecutivos españoles.**

**Las diferencias de
costumbres entre Madrid
y una ciudad de los EE.UU. a
ojos de un estadounidense.**

Aspectos culturales de la unidad 4



« Exportamos a 70 países »

Comercio internacional

El comercio exterior de España.

El tratado de Asunción y el Mercosur.

Los grandes acuerdos internacionales de comercio e integración en el continente americano.

Aspectos culturales de la unidad 5



« **Montamos un negocio** »

Proceso de creación de una empresa

Una importante compañía textil española y su espíritu de empresa.

El carácter emprendedor de los españoles.

Aspectos culturales de la unidad 6



« Cuestiones de finanzas »

Aspectos relativos a las finanzas

El gasto en los hogares españoles.

Las monedas de Hispanoamérica.

**Las alternativas al dólar
en América Latina.**

Aspectos culturales de la unidad 7

« El tiempo es oro »

Administración del tiempo personal y laboral

**El uso del tiempo en la vida diaria
de los españoles.**

**Los nuevos negocios en España
que venden “tiempo”.**



« Producción y fabricación »

Gestión de la producción

**El sector del azúcar
en Colombia.**

**La cuestión de la productividad
en España.**

**Los países latinoamericanos
líderes en producción.**

Se dice que...


...conviene usar fotos, mapas, dibujos, cuadros, gráficos, esquemas como soportes de las...



actividades

GESTIONALIA

EXTERNALIZACIÓN Y SERVICIOS, S.A.

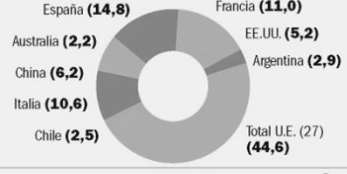


fotos

ESTÁ USTED EN: Nuestros Servicios > DIRECCIÓN Y GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

SUPERFICIE DE VIÑEDO EN EL MUNDO

(2007) (% s/total mundo)

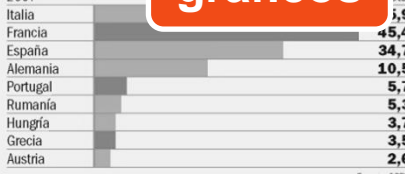


País	Superficie (% s/total mundo)
España	14,8
Francia	11,0
EE.UU.	5,2
Argentina	2,9
Italia	10,6
China	6,2
Australia	2,2
Chile	2,5
Total U.E.	27
Total	44,6

Fuente: CIV

PRODUCCIÓN DE VINO

2007

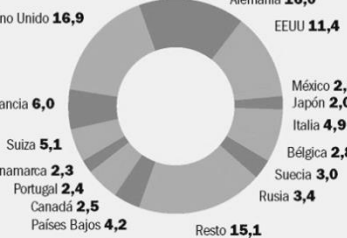


País	Producción (% s/total)
Italia	1,9
Francia	45,4
España	34,7
Alemania	10,5
Portugal	5,7
Rumanía	5,3
Hungría	3,7
Grecia	3,5
Austria	2,6

Fuente: ICEX

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE TODOS LOS VINOS

(2007) (% s/total)

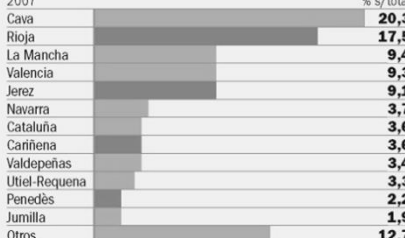


País	Exportaciones (% s/total)
Alemania	16,0
EEUU	11,4
Reino Unido	16,9
Francia	6,0
México	2,0
Japón	2,0
Italia	4,9
Belgica	2,8
Suecia	3,0
Rusia	3,4
Resto	15,1
Países Bajos	4,2
Canadá	2,5
Portugal	2,4
Dinamarca	2,3
Suiza	5,1

Fuente: ICEX

EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES DENOMINACIONES DE ORIGEN


2007



Denominación de Origen	Exportaciones (% s/total)
Cava	20,3
Rioja	17,5
La Mancha	9,4
Valencia	9,3
Jerez	9,1
Navarra	3,7
Cataluña	3,6
Cañena	3,6
Valdepeñas	3,4
Utiel-Requena	3,3
Penedès	2,2
Jumilla	1,9
Otros	12,7


Fuente: ICEX

SUSANA




- ¿Quiere irse?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que debe poner?
- ¿Qué quiere hacer cuando llegue a México?

MIKEL, de Susana

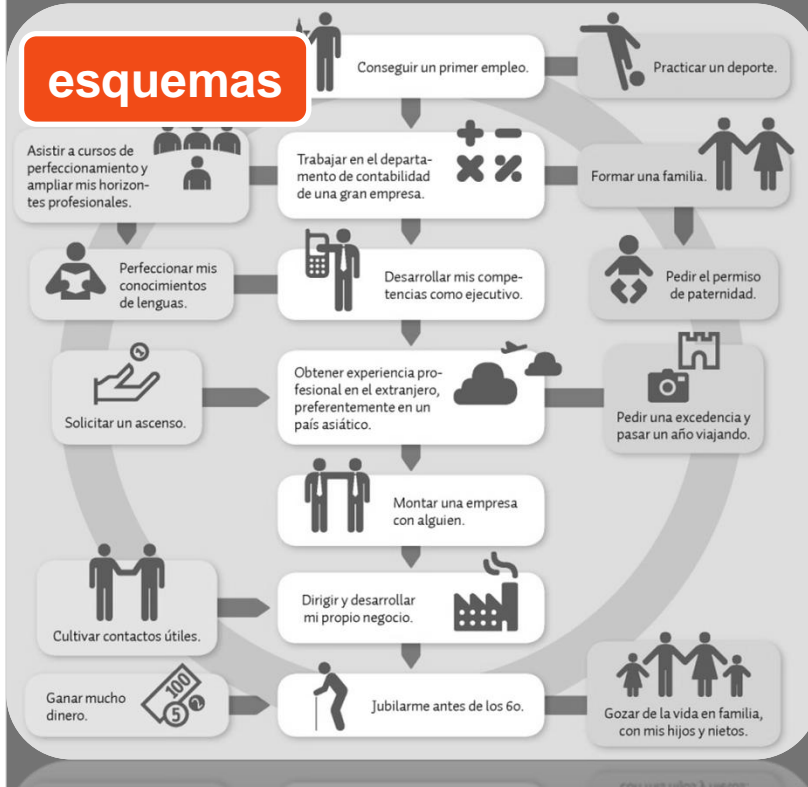


- ¿Quiere irse?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que debe poner Susana?
- ¿Qué quiere hacer si finalmente van a México?

empresa



- ¿Quiere que Susana se vaya?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que puede aceptar por parte de Susana?
- ¿Qué quiere que haga Susana en México?



cuadros

		Superficie aproximada	Población aproximada
	aguay y	13 000 000 km ²	270 millones (8.º puesto a nivel mundial)
Comunidad Andina de Naciones (CAN)	Bolivia, Ecuador, Perú y Colombia.	4 000 000 km ²	100 millones (12.º puesto a nivel mundial)
Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR)	MERCOSUR, CAN, Chile, Guyana, Surinam y Venezuela.	18 000 000 km ²	390 millones (6.º puesto a nivel mundial)
Mercado Común Centroamericano (MCCA)	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	424 000 km ²	38 millones (30.º puesto a nivel mundial)
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.	21 000 000 km ²	515 millones (4.º puesto a nivel mundial)
Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América - Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP)	Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, San Vicente, Granadinas y Venezuela.	2 650 000 km ²	77 millones (18.º puesto a nivel mundial)
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	Canadá, Estados Unidos y México	22 000 000 km ²	450 millones (5.º puesto a nivel mundial)
Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)	Norteamérica, Centroamérica, Caribe (excepto Cuba) y Sudamérica.	43 000 000 km ²	756 millones (3.º puesto a nivel mundial)

mapas

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

Se dice que...



... los tipos de texto propuestos deben formar parte de aquellos que el aprendiente puede encontrar en el...

mundo profesional



... y deben ser...

**auténticos
o equiparables**

Un abanico de textos profesionales auténticos o equiparables con variedad de géneros textuales

Infoempleo

Anuncio clasificado

Empresa líder en distribución del sector de la automoción y en pleno proceso de expansión precisa incorporar en sus oficinas de Madrid:

INGENIERO DE SISTEMAS (Ref.: 2554)

Dependerá del Responsable de Sistemas y se responsabilizará principalmente de administrar los servidores y de dar soporte a los usuarios de la empresa. Adicionalmente, tendrá que gestionar y liderar nuevos proyectos relacionados con la adquisición y compra de nuevas aplicaciones de gestión.

Para inscribirse adjuntar CV a:
VOLMAQUINARIA DE CONSTRUCCIÓN, S.A.
Dirección de RR.HH.
Polígono Industrial Coslada, AC nº 8099,
28830 San Fernando de Henares (Madrid)

Se requerirá:

- ▶ Titulación universitaria en informática.
- ▶ Conocimientos de servicios de red.
- ▶ Experiencia profesional mínima de 2 años en entornos Microsoft.
- ▶ Elevado sentido de la responsabilidad, orientación a objetivos, voluntad de servicio al cliente y clara vocación de trabajo en equipo.

Se valorará:

- ▶ Conocimiento de telecomunicaciones.
- ▶ Dominio avanzado de la lengua inglesa.

Se ofrecerá:

Incorporación inmediata a un sólido grupo multinacional, con posición de liderazgo en su sector, en el que se encontrarán amplias posibilidades de formación y desarrollo profesional. La retribución se establecerá en función de la experiencia y los valores que aporte el candidato seleccionado. Se ofrece contrato indefinido.

Un abanico de textos
profesionales
auténticos o equiparables
con variedad
de géneros textuales

Currículum

Currículum Vítae Europass



Información personal

Apellido(s) / Nombre(s)	García Muiz, Javier	
Dirección (direcciones)	c/ Lima, 71, 2.º, 1.ª 28036 Madrid	
Teléfono(s)	(34) 91 522 34 93	Móvil: 678 60 61 22
Correo(s) electrónico(s)	jgarciamuiz@difusion.com	
Nacionalidad	española	
Fecha de nacimiento	18.09.1981	
Sexo	varón	
Empleo deseado / familia profesional	traductor e intérprete	

Experiencia laboral

Fechas	01.02.2008 - 31.10.2009
Profesión o cargo desempeñado	Traductor presencial y <i>free lance</i>
Funciones y responsabilidades principales	Traducción de textos en áreas de automoción, ingeniería y manuales técnicos en general (ing./jap.-esp.)
Nombre y dirección de la empresa o empleador	La Factoría de Palabras c/ La Peseta, 65, bjs. 28025 Madrid
Tipo de empresa o sector	Agencia de traducción
Fechas	05.11.2007-08.11.2007
Profesión o cargo desempeñado	Intérprete <i>free lance</i>
Funciones y responsabilidades principales	Intérprete en el I Encuentro hispano-japonés de empresas del sector automovilístico
Nombre y dirección de la empresa o empleador	Ministerio de Industria, Turismo y Comercio Madrid (España)
Fechas	01.02.2007-01.10.2007
Profesión o cargo desempeñado	Traductor
Funciones y responsabilidades principales	Tareas de traducción de guías de viaje y de libros divulgativos de diversas temáticas (ingl.-esp.) para diversas empresas internacionales
Nombre y dirección de la empresa o empleador	Translating & Consulting c/ Valencia, 458, 1.º, 1.ª 08013 Barcelona
Tipo de empresa o sector	Agencia de traducción

Hernando Cuéllar Pérez
 DEPARTAMENTO DE RR.HH.
 KARISHIMA S.A.
 Paseo de la Castellana, 89, planta 3
 28046 MADRID

Un abanico de textos profesionales auténticos o equiparables con variedad de géneros textuales

Estimado Sr. Cuéllar:

En respuesta a su anuncio publicado el 18 de este mes en la web Cambiaridiomas, en el que solicita un traductor e intérprete de japonés - español para su sede en España, tengo el gusto de remitirle mi currículum vitae con el objetivo de participar en el proceso de selección.

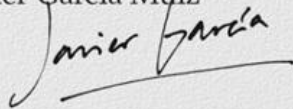
Como podrá apreciar en mi CV, aunque soy joven, tengo experiencia en el mundo de la traducción y la interpretación y, más concretamente, en la traducción dirigida al sector industrial. Igualmente, he participado en diversas conferencias como intérprete simultáneo entre empresas españolas y japonesas, por lo que me siento capacitado para desempeñar las labores del cargo que proponen.

Dado el carácter internacional de su empresa, me gustaría resaltar que no me supondría ningún inconveniente desplazarme acompañando a sus directivos. Por el contrario, creo que puede ser una oportunidad para mejorar y evolucionar dentro de mi sector profesional, donde el intercambio cultural es de vital importancia.

Por estos motivos le solicito una entrevista para poder comentar mis aptitudes y contestar a cualquier pregunta que usted quiera plantearme.

A la espera de sus noticias, se despide atentamente,

Javier García Muiz



- En respuesta a su anuncio
- ...tengo el gusto de remitirle mi currículum vitae con el objetivo de...

Solicitud de empleo

Un abanico de textos profesionales auténticos o equiparables con variedad de géneros textuales

CD
11

2. UN ACEITE CON VOCACIÓN INTERNACIONAL

A. La flor del olivo es una empresa española que exporta aceite de oliva. Escucha la entrevista que un periodista le ha hecho al director de la empresa y luego completa las siguientes frases.

1. Desde los inicios, se dieron cuenta de que no se podían dedicar solo a...
vender en el mercado español.
2. Hoy venden en el extranjero por valor de...
3. Tienen un departamento de Exportación que habla, ...
4. Exportan a... países.
5. La dificultades que encuentran para exportar son...
6. En los países de la UE el reto es...
7. Los principales mercados no europeos son...
8. Entre los países asiáticos destaca... y en África...
9. Lo que facilita la exportación a América Latina es...
10. Los principales obstáculos que se encuentran para abrir mercados son...



Entrevista de radio



SUBE EL TURISMO EXTRANJERO

Además del interés natural que presenta el turismo en Argentina por la originalidad, la diversidad y la riqueza del país, la principal causa de su desarrollo es la fuerte devaluación de la moneda, que sacó a la Argentina de la lista de países caros –en especial para norteamericanos y europeos.

Según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, durante el año 2007, el número de visitantes extranjeros se incrementó en un 15% con respecto a 2006. Los principales países de procedencia fueron Brasil, Estados Unidos, Chile, España e Italia. La mayoría de estos turistas llegan al país por vía aérea. Las estadísticas indican que el gasto total de estos visitantes en hoteles se situó en 907 millones de dólares, lo que supone una subida del 23% en relación con el gasto del año anterior. Más de la mitad de este gasto fue dirigido a establecimientos de tres y cinco estrellas. El gasto promedio de los turistas durante su estancia en el país fue de 1.100 dólares por persona.

En lo que respecta a 2008, durante los 9 primeros meses del año, visitaron Argentina 9468 431 turistas extranjeros, lo cual provocó un incremento de 4,27% respecto al mismo periodo de 2007. El gasto total de los turistas extranjeros durante este periodo ascendió a 3324,5 millones de dólares, lo que significa un aumento del 13,27% respecto al año anterior.

EL BOOM DE LAS INVERSIONES TURÍSTICAS

Los datos anteriores confirman el excelente momento del turismo en Argentina. El crecimiento del gasto que genera el turismo, tanto doméstico como extranjero, alcanzan niveles considerables. El sector está en plena expansión y es ahora, en tiempos de desarrollo económico, cuando es conveniente invertir para promocionar el país como destino turístico y, así, tornar sostenible esta tendencia. La actividad mantiene un crecimiento de alrededor del 12% y los niveles récord de visitantes extranjeros están motivando el fortalecimiento de la oferta y haciendo aparecer nuevas oportunidades.

En Argentina el turismo es uno de los sectores que más inversiones está atrayendo. En 2007, recibió inversiones privadas y públicas por valor de 5177 millones de dólares, correspondientes al 8,8% de las inversiones totales en la economía (por encima del promedio de América

**Un abanico de textos
profesionales
auténticos o equiparables
con variedad
de géneros textuales**

Informe

Telenet.es

Nº de cliente: 1941701
 Nº de factura: TE09371000419
 Fecha de emisión: 01 Julio 2009
 Periodo facturado: 01.05.2009 - 01.06.2009

Datos postales del cliente:
 Álvaro Muñoz García
 c/ Pacheco, 50, esc. izda.
 28002 Madrid

Datos del cliente:

Nombre: Álvaro Muñoz García
 Dirección: c/ Pacheco, 50 esc. izda., 3.º, C 28002 Madrid
 NIF/CIF: 53868158K

Datos bancarios: (pago por domiciliación bancaria)

Titular: Álvaro Muñoz García
 Banco o caja: Cajabank
 Código cuenta cliente (CCC): 0034 3241 38 28059905487

Servicios facturados:	Importe
Servicio Acceso ADSL: - Acceso internet - TV cable - Línea teléfono fijo	19,99 € incluido Incluido Incluido
Consumo Llamadas Teléfono Fijo:	7,32 €
	Base Imponible:
	IVA 16%
	Total a pagar:

Telenet.es

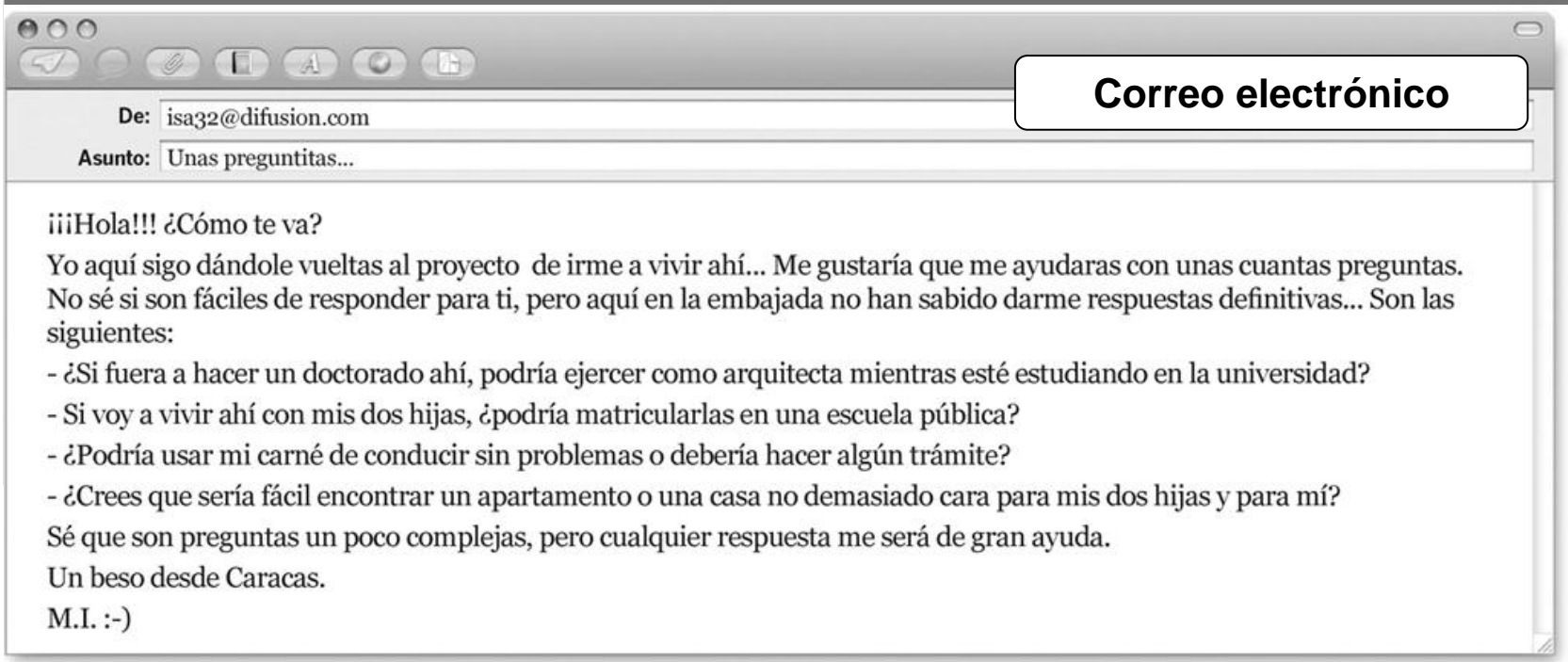
c/ Velázquez, 35 28001 - Madrid. Inscrita en el Registro Mercantil
 Tomo 12.321, Libro 0, Sección 8, Hoja M-214879. Inscripción: 1.ª
 NIF: A-82044466

- Número de cliente/factura
- NIF o CIF (número de identificación)

Un abanico de textos
 profesionales
 auténticos o equiparables
 con variedad
 de géneros textuales

Documento administrativo
 (una factura)

Un abanico de textos profesionales auténticos o equiparables con variedad de géneros textuales





Dirección de RR. HH.
Departamento de Formación
Avenida Fronteras, 10
28850 Torrejón de Ardoz
España

Asunto: Formación del personal e integración al grupo

Madrid, 24 de agosto de 2009

Apreciados colaboradores:

IBERBANCO, líder del sector bancario europeo, ha efectuado estos últimos años una serie de compraventas de entidades bancarias en todo el mundo, entre las que está el banco en el que usted trabaja.

En este sentido, nuestro grupo otorga una especial importancia a la formación del personal con el objetivo de integrarlo lo más rápida y eficazmente posible a nuestras modalidades de trabajo. Por esa razón, para disminuir costes de funcionamiento interno y para seguir afrontando los retos de un mercado muy competitivo, todos nuestros empleados provenientes de fusiones recientes deberán utilizar el español como lengua de trabajo en buena parte de sus comunicaciones. Además, a partir de ahora, todos los empleados deberán adaptarse a nuestro sistema de gestión, para lo cual van a ser formados en nuestra casa matriz en España.

Para ello, nuestro Centro de formación y desarrollo, localizado en las afueras de Madrid, ha previsto una serie de medidas obligatorias para todos los empleados, según los siguientes criterios:

- Los nuevos empleados integrados que ya manejan la lengua española deberán asistir únicamente a un curso de formación técnica y administrativa de una semana de duración en nuestra sede de Torrejón de Ardoz.
- Los nuevos empleados que aún no hablen español tendrán que alcanzar un nivel B2 en breve. Nuestro centro propone cursos intensivos, de una duración de dos meses, que se realizarán en nuestra sede de Torrejón de Ardoz. Una vez aprobado el curso, se procederá a la realización del curso de formación técnica y administrativa.
- Los gastos de formación traslado, alojamiento y manutención correrán íntegramente a cargo de la empresa.

Con el fin de elaborar las listas de participantes y de ultimar detalles, deberán contactar con nuestro secretariado, escribiendo a la dirección de correo electrónico que adjuntamos. De no haber obtenido respuesta alguna de su parte, interpretaremos que ha sido decisión suya dejar de pertenecer a nuestro grupo, y, en ese caso, procederemos a la finalización de su contrato profesional.

Esperando una pronta respuesta de su parte y sin otro motivo que añadir, saluda muy atentamente.

Alfonso Martínez
Gerente ejecutivo

**Un abanico
de textos profesionales
auténticos o
equiparables
con variedad de géneros
textuales**

Carta profesional

10. ¡PRESENTE EN 93 PAÍSES!

A. El siguiente texto resume la historia de una empresa española del sector de la moda. ¿Cuáles son los mensajes que quiere transmitir este texto? Coméntalo con tus compañeros.

MANGO

PUNTOS DE REFERENCIA

- Capital 100% español.
- 2.ª empresa exportadora del sector textil español.
- Más de 1200 tiendas en 93 países.

CULTURA DE EMPRESA

Las personas son lo más importante.

OBJETIVO COMÚN:

«Estar presentes en todas las ciudades del mundo», conscientes de que nos encontramos compitiendo al más alto nivel, y sin perder los valores que se respiran en el ambiente MANGO/MNG:

**HUMILDAD, ARMONÍA Y AFECTO,
ACTITUD POSITIVA Y PREDICAR CON
EL EJEMPLO.**

Mejora continua como base de la gestión diaria:

- Potenciando la formación permanente,
- Creando un clima de aportación de ideas y
- Haciendo autocrítica constante.

HISTORIA. MANGO/MNG abrió su primera tienda en 1984 en el Paseo de Gracia. Un año más tarde, ya cuenta con cinco puntos de venta en Barcelona y a partir de ahí se inicia su expansión por el territorio nacional, con la apertura de una tienda en Valencia.

Lo que en un principio era un pequeño equipo de colaboradores empieza a crecer y, en 1988, la empresa ya cuenta con 13 puntos de venta en España y se plantea necesaria una mejora en el sistema de gestión de stocks, así como en la logística y la distribución del producto. Es en este momento cuando se empieza a desarrollar un sistema de producción basado en la filosofía "just-in-time" y se definen los conceptos de producto, interiorismo de tienda, calidad, precio e imagen de marca. Este sólido planteamiento empresarial es el que ha propiciado el posicionamiento de MANGO/MNG como una marca líder del sector textil. En 1992, se inaugura la tienda MANGO/MNG número 99 en España y a partir de ahí se inicia la expansión internacional con la apertura de dos tiendas en Portugal. Dos años más tarde, se implanta con éxito el sistema de gestión empresarial que sigue vigente en la actualidad, basado en equipos de trabajo especializados y coordinados entre sí. La alta competitividad del mercado textil español y el esfuerzo de MANGO/MNG por conquistarlo han sido las claves que han contribuido a su éxito fuera de nuestras fronteras. (...) En la actualidad, MANGO/MNG cuenta con más de 8200 empleados, de los cuales más de 1800 trabajan en su sede de Palau-Solità i Plegamans (Barcelona). La sede central ocupa una superficie de 164 000 m². Pero, más allá de las cifras, el mayor patrimonio de MANGO/MNG es su gente, un equipo joven y entusiasta, con una media de edad que se sitúa entorno a los 30 años y formado en su mayoría (un 80%) por mujeres. A pesar de su gran crecimiento, el espíritu original de empresa dinámica continúa vigente. Nadie que trabaje en MANGO/MNG, incluido su fundador, es llamado de usted y todo el mundo es accesible. La empresa basa su cultura en las relaciones humanas, en el trabajo en equipo, y en la formación continua. Es por ello que a menudo es calificada como una empresa humana, en la que se combinan un fuerte crecimiento internacional con un trato próximo y familiar.



y en la formación continua. Es por ello que a menudo es calificada como una empresa humana, en la que se combinan un fuerte crecimiento internacional con un trato próximo y familiar.

Fuente: MANGO/MNG. *Dossier económico* [en línea, agosto 2009] http://www.company.MANGO/MNG.com/es/comunicacion/dossier_es.pdf

Un abanico
de textos
profesionales
auténticos o
equiparables
con variedad de
géneros
textuales

Publicidad

NEGOCIOS

El líder se forja en el exterior

La expatriación de profesionales es muy valorada por la empresa

BORJA VILASECA

«Los expertos hablan de un mercado global, que trasciende cualquier nacionalidad y frontera y en el que ha ido desapareciendo el concepto de distancia, física e incluso temporal. Como consecuencia, cada vez más multinacionales españolas apuestan por expatriar a sus profesionales con más talento para garantizar la apertura o consolidación de proyectos extranjeros.

«El futuro es para las empresas que sepan gestionar adecuadamente la diversidad y la multiculturalidad», afirma Joan Pere Salom, gerente del área de Human Capital de Deloitte. Y añade: «La expatriación no solo es un medio para abrir nuevos mercados; también es una oportunidad para desarrollar líderes globales».

Además, también ha de tenerse en cuenta desde el inicio de qué manera puede «optimizarse el aprendizaje» adquirido una vez el expatriado regresa a la sede española. Así, «la experiencia multicultural es muy valorada por

las empresas, que suelen cubrir las vacantes en puestos de alta dirección con este tipo de profesionales», constata este experto.

Se estima que hoy unos 2750 españoles trabajan en diferentes rincones del mundo, especialmente en Europa y Latinoamérica, y cada vez más en China e India. El 80% de ellos forma parte de alguna de las 25 empresas del Ibex 35 que componen el Foro Español de la Expatriación (Feex).

Y lo cierto es que este proceso de internacionalización parece imparable. En 2007, casi la mitad de la facturación de las 15 multinacionales españolas más importantes –más de 10 000 millones de euros– procedió de sus filiales en el exterior. Telefónica, Repsol, Santander, BBVA, Ferrovial, Endesa y Acciona, que a finales de los noventa empezaron a realizar adquisiciones e inversiones en el extranjero, son sus protagonistas.

Sin embargo, la mayoría de los españoles se resiste a internacionalizarse, poniendo de manifiesto su preferencia por lo local, por lo conocido y, en definitiva, por lo que les recuerda a su propia casa. El arraigo cultural es profundo, de ahí que 8 de cada 10 ciudadanos fallecen en un radio de 20 kilómetros del lugar donde nacieron, según un informe sobre movilidad laboral del IESE-Cela, Creade y Sagardoy Abogados.

En el ámbito de la empresa, los propios directivos corroboran este sedentarismo geográfico. Solo el 13% de los ejecutivos está dispuesto a cambiar de país por motivos de trabajo. Y eso que en algunos desplazamientos, sobre todo aquellos que representan oportunidades estratégicas de primer nivel, la compañía suele ser bastante generosa. Además del pago íntegro de la vivienda alquilada en el destino, el directivo expatriado recibe un salario algo más alto, que tiene en cuenta el coste real de la vida de dicho

país y que incluye una prima por desplazamiento que puede llegar a los 2000 euros mensuales, según datos de Deloitte. También se le financian otros gastos, como la educación de los hijos, los cursos del idioma, el coche e incluso el coste de los servicios de limpieza de su nueva casa. (...)

Un estilo de vida

Aunque en muchos casos la expatriación se concibe como una experiencia temporal hay profesionales que le acaban cogiendo el gusto y la convierten en su estilo de vida. Son los llamados ejecutivos trotamundos, que suelen ser «personas espabiladas y aventureras, que valoran la independencia y disfrutan cambiando de país cada cuatro o cinco años», explica Juan Antonio del Pozo, subdirector de gestión de asignaciones internacionales de Endesa, que cuenta con 90 expatriados.

En su opinión, estos profesionales «son muy valorados por la empresa», que deposita en ellos «la confianza necesaria para potenciar el proceso de internacionalización». «Gracias a su flexibilidad, son muy demandados para abrir nuevos mercados y controlar la inversión en países donde el negocio ya está presente», concluye.

Carlos Corrales responde al perfil. Con 34 años, es director de control y planificación de Endesa Helas, la filial de la multinacional española en Grecia, donde vive desde septiembre de 2007. «Desde que entré en Endesa, hace nueve años, me ha interesado desarrollar mi carrera en el extranjero», reconoce. No en vano, la expatriación indefinida le permite «vivir la vida como un proceso de aprendizaje, conviviendo con el cambio permanente y conociendo a personas y culturas diferentes, que te abren mucho la mente», asegura. (...)

Fuente: Vilaseca, Borja. El líder se forja en el exterior. El País, 24/08/2009

Un abanico de textos profesionales auténticos o equiparables con variedad de géneros textuales

Artículo periodístico

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



**Un abanico de textos profesionales
auténticos o equiparables
con variedad de géneros textuales**

TRANSCRIPCIONES CD

ÍNDICE DE PISTAS DEL CD

UNIDAD 1

actividad 2 > pistas 1-3
actividad 9 > pista 4

UNIDAD 2

actividad 2 > pista 5
actividad 5 > pista 6

UNIDAD 3

actividad 2 > pista 7
actividad 9 > pistas 8-10

UNIDAD 4

actividad 2 > pista 11
actividad 9 > pista 12

UNIDAD 5

actividad 2 > pista 13
actividad 7 > pista 14

UNIDAD 6

actividad 2 > pistas 15-18
actividad 8 > pistas 19-21

UNIDAD 7

actividad 2 > pista 22
actividad 8 > pistas 23-26

UNIDAD 8

Diálogo



UNIDAD 1

ACTIVIDAD 2

1.

- ¿Has visto el anuncio de Infoempleo?
- ¿El de experto de sistemas?
- Sí. Interesante, ¿verdad?
- Pues sí, la verdad... y piden titulación universitaria en Física; o sea que podría presentarme.
- Exacto, yo había pensado en ti...
- Lo que pasa es que no dice nada de salario, es un poco raro.
- Ya, bueno, pero por probar no pasa nada, ¿no?

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

Se dice que...



... las actividades que acercan a la lengua-cultura deben presentarse bajo una gran variedad de...

soportes

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

Variedad de soportes para trabajar el idioma



Vídeos



GESTIONALIA

Duración: 03' 18"

Ricardo San Marcos y Francisco Vaciero,
fundadores del mayor

en DVD **B.** Comprueba que has entendido los comentarios de los dueños de esta empresa respondiendo a estas preguntas:

1. ¿Cuándo les surgió a sus fundadores la idea de crear Gestionalia?
2. ¿En qué aspectos es distinta esta empresa comparada con otras del mismo sector de actividad?
3. ¿Por qué se consideran eficaces en su trabajo?
4. ¿Qué es lo que le cuesta más a Ricardo?
5. Según Francisco, ¿cómo se puede llevar una vida familiar estable cuando se es empresario?
6. ¿Cómo definen el espíritu emprendedor estos dos profesionales?

C. ¿Qué actividades concretas imaginas que realizan el Sr. San Marcos y el Sr. Vaciero cuando trabajan en su empresa? ¿Y cuando están con sus familias?

D. ¿Y tú? ¿Crees que administras bien tu tiempo? Coméntalo con tus compañeros.



1. NEGOCIAR

Seguro que has participado en alguna reunión en la que se ha negociado algo (con tus padres o tus profesores, con tu jefe, con tus colegas, etc.). Piensa en esa situación y responde a las siguientes preguntas.

- ¿Cuándo y dónde tuvo lugar la reunión?
- ¿Cuál fue el tema tratado?
- ¿Quién más participó en la reunión?
- ¿Cómo fue el ambiente en el que se celebró el encuentro?
- ¿Te habías preparado lo suficiente para negociar?
- ¿Cuáles eran tus prioridades?
- ¿Cuál fue tu propuesta?
- ¿Tuviste que ceder terreno para llegar a algún acuerdo?
- ¿Se llegó a un acuerdo final entre las partes?
- ¿Cuál fue el trato concluido?
- ¿Se llevaron a la práctica las decisiones finales?



Audios

CD 5

2. ¿CÓMO NEGOCIAR CON LOS ESPAÑOLES?

A. Escucha la siguiente entrevista y responde a las preguntas.



1. ¿En qué está especializado el Sr. Valdecasas?
2. ¿Cuál es el primer consejo que da este especialista?
3. ¿A qué principio básico de las negociaciones se hace referencia en esta charla?
4. Según Valdecasas, ¿qué percepción tienen los españoles del tiempo?
5. ¿Por qué, según él, conviene dejarlo todo por escrito?
6. ¿Cuáles son los temas que no deben ser tratados al negociar con españoles? ¿Cuáles conviene abordar?

B. Compara tus respuestas con las de tus compañeros. Si es necesario, volved a escuchar la grabación.

la descripción

B. Compara tus respuestas con las de tus compañeros. Si es necesario, volved a escuchar la grabación.

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

Variedad de soportes
para trabajar el idioma

11. TEST DEL EMPRENDEDOR

Este es un test desarrollado por el gobierno español para medir la capacidad de emprendimiento. Responde y suma los puntos obtenidos. Luego, lee el resultado. ¿Es un buen emprendedor? ¿Qué dice?

Páginas web

1 NO / EN ABSOLUTO **2** ALGO / ALGUNA VEZ **3** BASTANTE / A MENUDO **4** SÍ / EN TOTAL ACUERDO

1. ¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?
2. ¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?
3. ¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?
4. ¿Tienes facilidad de comunicación?
5. ¿Te consideras creativo?
6. ¿Afrontas los problemas con optimismo?
7. ¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?
8. ¿Tienes predisposición para asumir riesgos?
9. ¿Tomas notas escritas sobre tus proyectos?
10. ¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?
11. ¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?
12. ¿Sabes trabajar en equipo?
13. ¿Sabes administrar tus recursos económicos?
14. ¿Tienes facilidad para negociar con éxito?
15. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?
16. ¿Cumples los plazos que te fijas para realizar un trabajo?
17. ¿Sientes motivación por conseguir objetivos?
18. ¿Te consideras profesionalmente bueno/a en aquello que sabes hacer?
19. ¿Sacrificarías tu tiempo libre si el trabajo lo demanda?

RESULTADOS

MENOS DE 30 PUNTOS. Aunque en tu perfil hay alguno de los caracteres de un emprendedor, en la mayoría de aspectos o te asalta la duda o te sientes inseguro. Intenta analizar las razones de todo eso y procura adquirir hábitos emprendedores si realmente lo que quieres es llevar adelante tu propia empresa.

DE 30 A 59 PUNTOS. En principio reúnes bastantes de las características adecuadas para ser un buen emprendedor. No obstante hay ciertos puntos en los que distas un poco de serlo. Deberías analizar tus puntos débiles y marcarte una serie de acciones concretas para mejorarlos en un plazo determinado de tiempo.

60 O MÁS PUNTOS. Sin duda dispones de un gran potencial y tu perfil se asemeja bastante al de un emprendedor nato. Ello no quiere decir que ya tengas asegurado el éxito pero sin duda, a nivel personal, partes de una buena base. Continúa trabajando.

Fuente: 060.es. Test emprendedor [en línea, agosto 2009] http://documentos.060.es/060_empresas/test_emprendedor.html

**Variedad de soportes
Para trabajar el idioma**

Variedad de soportes para trabajar el idioma

Los españoles ven más cine que nunca; no obstante, las salas están vacías

Los productos alimentarios españoles viven un buen momento, excepto los que empiezan por la letra A

El presidente del Banco BBBB, dispuesto a todo con tal de perder dinero

La compañía de telefonía TELETTEL no solo baja las tarifas sino que, además, invita a cenar a sus clientes

Los ministros de comercio comunitarios se reunirán en Madrid, excepto en caso de lluvia

Las naranjas empiezan a ser verdes conforme a lo establecido por la ley

Recortes de periódicos

Se dice que...



... debe ser significativa la proporción de muestras del comportamiento en escenas de la...

vida cotidiana

Cultura

10. UN NORTEAMERICANO EN MADRID

A. El siguiente texto, traducido del original inglés, ha sido escrito por un estadounidense de Seattle. Richard escribe a unos amigos para hablarles de su nueva ciudad: Madrid. Léelo y comenta con tus compañeros qué te parece su carta: ¿interesante, divertida, respetuosa, inteligente..., o lo contrario?

Costumbres españolas y detalles cotidianos que llaman la atención.

Comportamientos sorprendentes de los españoles.

Manera de vivir de los madrileños.

Se dice que...



... hay que ocuparse de los usos sociales del vocabulario, de las connotaciones socioculturales, de las valoraciones positivas o negativas, estimulando el...

examen crítico

Cultura

Estimulación del examen crítico

10. UN NORTEAMERICANO EN MADRID



B. Ahora, entre todos, discutid, las siguientes preguntas.

- ¿Habéis descubierto algunas costumbres españolas que te llamen la atención? ¿Cuáles?
- ¿Encontráis sorprendentes algunos comportamientos de los españoles?
- En la manera de vivir de los madrileños, ¿qué detalles del día a día os parecen incómodos?
- ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en el modo de vida descrito por este expatriado en Madrid?

C. ¿Qué detalles cotidianos podrían llamar la atención de los extranjeros que viven en tu país? Inspirándote en la carta anterior, escribe una describiendo qué cosas podrían extrañar a uno de esos extranjeros.

esos extranjeros
 Inspirándote en la carta anterior, escribe una describiendo qué cosas podrían extrañar a uno de
 C. ¿Qué detalles cotidianos podrían llamar la atención de los extranjeros que viven en tu país?

• ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en el modo de vida descrito por este expatriado en Madrid?

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano

Se dice que...

... se deben tratar las especificidades culturales propias del mundo laboral extranjero a través del...

vocabulario



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

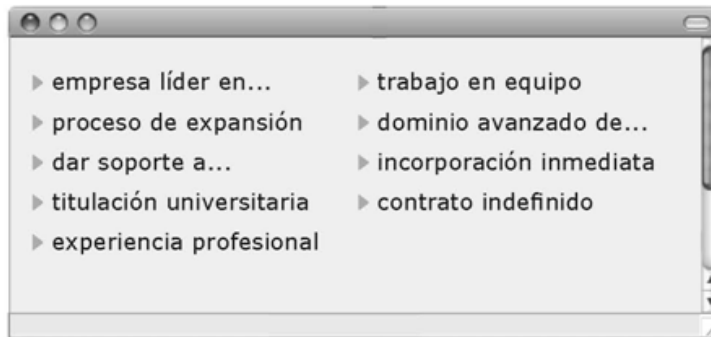
Prof. Marcelo Tano



Estrategia para apropiarse expresiones fijas frecuentes en el ámbito profesional

Léxico

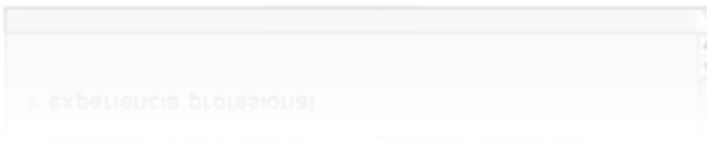
C. Las siguientes expresiones son frecuentes en el ámbito profesional. Búscalas en el texto y asegúrate de que las entiendes. Luego, busca otras maneras de decir lo mismo y la traducción a tu lengua.



ESTRATEGIA

En cualquier texto y, sobre todo, en textos especializados, encontrarás expresiones más o menos fijas que funcionan como un todo. Puedes hacer muchas cosas para familiarizarte con ellas:

- marcarlas,
- buscar un equivalente de la expresión completa en tu lengua,
- fijarte en las preposiciones que las acompañan...



Se dice que...

... hay que abordar el vocabulario
a través del problema de la...

traducción



Estrategia para apropiarse vocabulario de los contextos comerciales y empresariales

4. TENER AUTORIZACIÓN

Léxico

A. Los sustantivos de la columna de la izquierda son típicos de los contextos comerciales y empresariales. En parejas, completad el cuadro.

Sustantivo	Verbo	Adjetivo o participio	Expresiones y colocaciones
autorización	<i>autorizar</i>	<i>autorizado</i>	- <i>Autorización previa / administrativa...</i>
comercio			- <i>Tener autorización para...</i>
incremento			- <i>Estar autorizado a / autorizar a...</i>
economía			
industria			
intercambio			
producción			
transporte			

ESTRATEGIA

Las maneras de expresar conceptos propios de una lengua tienen a veces estructuras que no son directamente traducibles. Ideas que en una lengua se expresan con un sustantivo + un adjetivo, por ejemplo, pueden decirse en otra lengua con otro tipo de estructuras.

B. Verificad vuestras respuestas con un diccionario y, si podéis, comprobad que las expresiones y colocaciones que proponéis son «típicas» en español. Podéis hacer lo mismo con otras palabras. Intentad traducirlas a vuestra lengua.

traducción

Se dice que...

... hay que tratar las diferentes...

variedades lingüísticas



Variantes del español peninsular y continental

Tarea

9. ¿QUÉ DEBERÍA HACER SUSANA?

CD
8-10

A. La empresa en la que trabaja Susana va a abrir una oficina en México D. F. y le ha propuesto a ella ser la directora. Escucha estas conversaciones en las que varias personas hablan sobre el tema. Anota las informaciones más interesantes.

SUSANA



- ¿Quiere irse?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que debe poner?
- ¿Qué quiere hacer cuando llegue a México?

Una española y una venezolana




MIKEL, el marido de Susana

- ¿Quiere irse?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que debe poner Susana?
- ¿Qué quiere hacer si finalmente van a México?

ANDRÉS, gerente de la empresa

- ¿Quiere que Susana se vaya?
- ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones le parece que puede aceptar por parte de Susana?
- ¿Qué quiere que haga Susana en México?

Un español y un argentino

Se dice que...



... hay que tratar también los distintos...

registros

Diferentes registros

Tarea

9. EL MUNDO DEL VINO

CD
12

A. En grupos, vais a elaborar un informe sobre la situación de la industria del vino en España. La primera fuente de información es una entrevista realizada a una experta en el sector vitivinícola. Siguiendo estos puntos, tomad notas para redactar la introducción del informe.

- Importancia del cultivo de la uva en España.

- El problema de la figura "Viñedos de España".
- Retos del sector.

**Entrevista formal
de una experta en una radio**



**Conversación telefónica informal
entre dos colegas de oficina**



Se dice que...

... el material lingüístico dedicado a las actividades comunicativas debe incluir una...



1 Con algunas estructuras que expresan evidencia o seguridad, se usa el indicativo.

Es + ADJETIVO/SUSTANTIVO + **que** + INDICATIVO

- Es **cierto/evidente/verdad que** esta oferta de la dirección nos **conviene** mucho.



EXPRESAR CONDICIONES

- Volveremos al trabajo **siempre que** se **pacte** realizar una nueva reunión en mayo. + SUBJUNTIVO
- Aceptaré este proyecto **solo en caso de que** me **augmenten** el sueldo. + SUBJUNTIVO
- Estudiaré su propuesta (**solo**) **con la condición de que** la **haga** por escrito. + SUBJUNTIVO
- Acabaremos a tiempo el proyecto **siempre y cuando** la empresa nos **dé** los medios económicos necesarios. + SUBJUNTIVO
- El ministerio reabrirá las negociaciones (**solo**) **si** los pilotos **vuelven** al trabajo. + INDICATIVO

RECURSOS PARA DEBATES Y NEGOCIACIONES

Anunciar el tema del debate

El tema que tenemos que discutir...
La cuestión que vamos a tratar...

Aludir a temas u opiniones

En cuanto a... Eso de que...
Por lo que se refiere a... Respecto a...

Presentar una opinión y pedírsela a los demás

Desde mi punto de vista,
Para mí/nosotros, ...
Personalmente, ...
¿Qué le parece?
¿Qué piensa?

Añadir otros argumentos

Además...
Por otro lado...
Por otra parte...

Pedir acuerdo

¿No cree que...?
¿No le parece que...?

Pedir, no ceder la palabra e interrumpir

Déjeme decir algo.
Déjeme terminar.
Perdón.
Espere un momento.
Perdone que le corte/lo interrumpa...
Yo quería decir una cosa...

Aclarar y pedir aclaraciones

Dicho de otro modo, ... Lo que quiere decir...
Es decir, ... O sea...
Eso quiere decir que... ¿A qué se refiere...?
Por lo tanto, ... ¿Qué quiere decir...?

Expresar acuerdo o desacuerdo

Ciertamente. Desde luego.
Eso es. No lo creo.
No cabe duda. No me parece.
Totalmente de acuerdo.
No estoy de acuerdo...
No estoy seguro de que... + SUBJUNTIVO

Atenuar la fuerza de afirmaciones y negaciones

A fin de cuentas, ... Al fin y al cabo,
En cierto modo, ... En realidad, ...
La verdad es que...

Restar valor a los argumentos de los demás

Puede ser, pero... Sí, aunque...
Tal vez, pero...

Llegar a conclusiones

En conclusión, ... En resumen, ...
En pocas palabras, ... Para resumir, ...
Y por eso...

Cada unidad se compone de una parte llamada “CONSULTORIO” que suministra recursos gramaticales y funcionales.

Se dice que...



... hay que variar las...

situaciones comunicativas

Situaciones de comunicación muy variadas



Dar consejos a un amigo que se traslada al extranjero.

Charlar informalmente con colegas de oficina.

Dialogar formalmente con superiores jerárquicos.

Conversar por teléfono.

Participar en una reunión de negociación.

Redactar una carta de solicitud de empleo.

Elaborar un informe con recomendaciones, etc., etc.

Se dice que...



... hay que aprovechar de las clases de español para trabajar sobre los malentendidos culturales y los...

estereotipos

La diferencia entre Madrid y una ciudad de EE.UU. a ojos de un estadounidense

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”
 Prof. Marcelo Tano

98

De: **Richard**
 Asunto: **Madrid**
 Fecha: **14/10/09**
 Para: **'Yanis'; 'Mummy'; 'SallyRobert'; 'Francis'; 'Aaron'; 'Sophie'**

Madrid_01.jpg(1,3MB) Madrid_02.jpg(1,4MB) Madrid_03.jpg(634KB) Madrid_04.jpg(893KB) Madrid_05.jpg(1,1MB)

Madrid, 9 de febrero de 2009

Me habéis oído decir que tanto a Betty como a mí nos llevó unas semanas acoplarnos a la forma de vida española. He pensado que quizás pueda ser interesante contaros algunas de las diferencias entre Portland y Madrid, ahí van:

1. Gente, montones de gente. Nosotros podemos andar toda la calle 5th NE y no ver un alma en varios días. Aquí, lo único que tienes que hacer es dar un paso fuera del portal de casa para ser engullido por un mar de gente. Parece no importar la hora que sea, pero aunque está algo tranquilo hasta las diez de la mañana, a partir de ahí ¡no para ya hasta la 1 de la madrugada!
2. Sobre la hora. Todo aquí se hace dos horas más tarde que en Portland. El desayuno, si lo tomas fuerte, se convierte en un aperitivo en el bar local (incluso en algo más) a eso de las 10 de la mañana. Después la hora de la comida, que va de 2.30 a cuatro de la tarde. ¡Alguna vez he llegado a salir de un restaurante a las 5! La cena es mucho más tarde, a eso de las diez de la noche, con otro aperitivo previo en el bar de la esquina a las siete o las ocho. No es raro que las oficinas cierren a esa hora, incluso más tarde. Por supuesto, muchas cierran dos o tres horas para comer. No tanto como hace veinte años, pero todavía muchas lo hacen.
3. Sobre la casa. Mucho más pequeña que la de Bellevue. Vivimos en un apartamento de 75 metros cuadrados, al cual nuestros amigos españoles llaman "amplio". Al fin y al cabo, estamos sólo los dos. Un par de cosas echamos de menos: no hay secadora de ropa. Tenemos un par de aparatos que se abren y en los que se cuelga la ropa para que se seque. Un rollo, está claro. Afortunadamente, Madrid es muy seca y las cosas se secan rápidamente (¿Os habéis secado alguna vez con una toalla secada al aire? ¡Ahhh!). Un baño y, por supuesto, un inodoro. Aquí los interruptores de la luz se pulsan hacia arriba para apagar y se bajan para encender. Los radiadores de calefacción son los de la abuela.
4. Compras. Gracias a que tenemos una nevera americana con el congelador arriba podemos estar dos o tres días sin hacer la compra. La mayoría de españoles no tienen esos lujos y sale a hacer la compra todos los días. Ahora Betty hace lo mismo pues lo encuentra relajante.

El mercado más grande de Madrid (está bajo techo y es unas 10 veces más grande que el de Pike's Place Market). En él puedes encontrar cualquier cosa que necesites, desde pescado y carne hasta verduras, o modistas, zapateros, afiladores; lo que quieras. Todo fresco del día, incluso el pescado, que lo fletan desde los puertos de mar la noche anterior. ¡Y lo presentan con las cabezas y todo! (...)

5. Llaves. En Bellevue, yo tengo una llave y el mando del garaje. En Madrid tengo 6 (sin contar el hecho de que cada armario tiene su llave); una para la puerta del portal, otra para la puerta de casa, otra para el buzón, otra para la puerta de acceso a las escaleras del garaje subterráneo y otra para el portón del garaje. Y otra más para entrar con el coche al garaje. (...)

6. Conducir. Para empezar, la gasolina cuesta como \$4,50 el galón. Está subiendo en USA, pero todavía estamos lejos de esto. Conducir por autopistas también lleva su tiempo. La velocidad media de la mayoría de los coches está en 90 mph, aunque me han adelantado como si estuviera parado, como unas 50 mph más rápido. Hay muchas más autopistas de peaje pero normalmente nadie quiere pagar, aunque están mejor mantenidas y menos masificadas. Conducir por la ciudad no es recomendable. Demasiados coches, autobuses, camiones y demás y ni un sitio para aparcar. Afortunadamente, el autobús y el metro son muy buenos así que es fácil moverse. Desafortunadamente, no están bien adaptados para discapacitados aunque hay idea de instalar más ascensores en el metro, pero queda mucho para que lo hagan.

Bueno, ya tenéis una idea. Espero escribir más crónicas desde Madrid conforme pase el año. Espero que lo hayáis disfrutado.

Richard H.
:)

:)
Richard H.

¿Cómo no acomodarse en categorías estáticas y estereotipadas?

Se dice que...

... hay que hacer observar
las normas de interacción social y los...



turnos de palabra

5. TURNOS DE PALABRA

A. ¿Tenéis experiencias hablando en español con españoles? Leed el siguiente texto y, en parejas, comentad si esta afirmación se corresponde con vuestra propia experiencia.

«En cada cultura hay diferentes maneras de gestionar los debates y las discusiones. En España, por ejemplo, es más frecuente que en otros lugares de Europa interrumpir las intervenciones de otros participantes, y eso no se considera necesariamente descortés o de mala educación.»

Ejemplo de observación de interacciones sociales

CD
6

B. Escuchad ahora este fragmento de una discusión sobre la prohibición de fumar en lugares públicos. La persona que está hablando es interrumpida varias veces. Fíjate en cómo se gestionan los turnos de palabra y completa esta tabla.



Expresiones para interrumpir y obtener el turno de palabra	Expresiones para no ceder la palabra
Ya, pero...	

Se dice que...

... para obtener información nueva y contrastada, hay que estimular la investigación en...

otras fuentes



II. ACUERDOS INTERNACIONALES

A. En toda América existen diferentes formas de integración que tienen como objetivo facilitar los intercambios comerciales y desarrollar la cooperación interregional. Observa este cuadro, que resume las asociaciones más importantes, y encuentra: la que agrupa a más países y a más población, la que tiene menos países fundadores y cuáles de ellas solo reúnen a países de habla hispana. Intenta situar los países citados en el mapa.

Nombre	Países fundadores	Superficie aproximada	Población aproximada
Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.	13 000 000 km ²	270 millones (8.º puesto a nivel mundial)
Comunidad Andina de Naciones (CAN)	Bolivia, Ecuador, Perú y Colombia.	4 000 000 km ²	100 millones (12.º puesto a nivel mundial)
Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR)	MERCOSUR, CAN, Chile, Guyana, Surinam y Venezuela.	18 000 000 km ²	390 millones (6.º puesto a nivel mundial)
Mercado Común Centroamericano (MCCA)	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	424 000 km ²	38 millones (30.º puesto a nivel mundial)
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.	21 000 000 km ²	515 millones (4.º puesto a nivel mundial)
Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América - Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP)	Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, San Vicente, Granadinas y Venezuela.	2 650 000 km ²	77 millones (18.º puesto a nivel mundial)
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	Canadá, Estados Unidos y México	22 000 000 km ²	450 millones (5.º puesto a nivel mundial)
Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)	Norteamérica, Centroamérica, Caribe (excepto Cuba) y Sudamérica.	43 000 000 km ²	756 millones (3.º puesto a nivel mundial)



Incitar al alumno a consultar otras fuentes.

B. ¿Conocías a alguno de estos grupos antes de leer la información? ¿Cuáles?

C. En grupos de dos o tres, elegid una de las alianzas anteriores, buscad información relevante sobre ella y presentadla a vuestros compañeros. Podéis buscar en internet, tanto en páginas de información enciclopédica y de actualidad general o económica como en los sitios oficiales de la asociación. Este es un posible esquema de vuestra presentación.

- Fecha de creación
- Idiomas oficiales
- Estados asociados
- Países observadores
- Historia de la constitución del acuerdo internacional
- Países que lideran esta unión
- Objetivos de la integración
- Desafíos
- Posibles tensiones con otras asociaciones

Se dice que...

... en términos de longitud, complejidad estructural, y carga léxica, los textos deben ser...

adaptados

1. ¿CÓMO MANEJAS TUS FINANZAS?

Lee estas preguntas y responde.

- ¿Dedicas tiempo a analizar tus finanzas personales?
- ¿Sabes exactamente en qué gastas tu dinero?
- ¿Has elaborado alguna vez un presupuesto personal para saber cuáles son tus ingresos y tus gastos?
- ¿Eres ahorrador? ¿Ya has puesto tu dinero a trabajar en algún plan de ahorro?
- ¿Tienes un seguro de vida?

**2. ECONOMÍA... CASERA**

CD 15-18

A. El siguiente artículo comenta una conferencia sobre economía doméstica. Léelo y, luego, escucha cuatro fragmentos de esa conferencia. ¿Puedes señalar qué parte del texto se refiere a cada fragmento?

CÓMO SUPERAR LA CRISIS: CONSEJOS ECOLÓGICOS

Una numerosa audiencia interesada en combatir la crisis en el día a día acudió a la conferencia de la especialista en economía y ahorro Cristina Iglesias en el centro cultural Álvaro Potes.

En estos tiempos de recesión en los que nos encontramos, en los que todos debemos apretarnos el cinturón y aplicar criterios de austeridad a nuestras economías domésticas, Iglesias dio una serie de consejos para ahorrar basados en potenciar la ecología en nuestros hogares, ya que esta, generalmente, va asociada a menores gastos. Entre las propuestas de Iglesias, destaca la de aprovechar al máximo la luz natural. Recordó que hábitos como

tener las persianas subidas o las cortinas abiertas mientras es de día nos ayudarán a disminuir el gasto energético en nuestro hogar. También recomendó el uso de bombillas de bajo consumo puesto que, aunque reconoció que son un poco más caras, a largo plazo resultan mucho más rentables, ya que su consumo es muy inferior.

Además, insistió en que es importante desconectar los aparatos eléctricos que no estén en uso, ya que, incluso en *stand-by*, consumen energía e incrementan nuestra factura.

El transporte fue otro de los temas tratados. Iglesias se felicitó por el aumento del uso de la bicicleta en nuestra ciudad y recordó que este era el transporte más barato y el más ecológico. Además, respecto al uso del coche, dio un par de consejos muy interesantes: señaló que el cambio periódico del filtro de aire y la adecuada presión de los neumáticos podían ahorrar hasta un 30% del consumo de gasolina.

Otro capítulo abordado fue el del agua. La conferenciante comentó que el agua y la calefacción suponían la mayor parte de la energía consumida en un hogar y que mantener la temperatura de la casa a más de 20° podía llegar a ser, además de innecesario,



perjudicial para la salud. Revisar los aislamientos de la vivienda y asegurarse de que las ventanas y las puertas estén herméticamente cerradas es otra buena idea para ahorrar.

Dio, además, algunos consejos para ahorrar energía en la cocina, como cocinar a bajas temperaturas los alimentos una vez hervidos, apagar los fuegos y el horno unos minutos antes de finalizar para aprovechar la temperatura residual o dejar los alimentos descongelando en lugar de utilizar el microondas.

Una serie de ideas y consejos sencillos y fáciles para gastar menos y vivir mejor. ☺

Textos relativamente cortos y ajustados a una doble página

Se dice que...

... el tratamiento que hacemos de los textos debe poner énfasis en la...



comprensión del sentido

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Garantizar que los aprendientes focalizan su atención en el significado.

Actividades centradas en la elucidación de los textos.

I. EJECUTIVOS TROTAMUNDOS

A. Fíjate en el título de este artículo e intenta prever el contenido del mismo. Luego, léelo y comprueba si tu hipótesis se cumple.

NEGOCIOS

El líder se forja en el exterior

La expatriación de profesionales es muy valorada por la empresa

BORJA VILASECA

— (...) Los expertos hablan de un mercado global, que trasciende cualquier nacionalidad y frontera y en el que ha ido desapareciendo el concepto de distancia física e incluso temporal. Como consecuencia, cada vez más multinacionales españolas apuestan por expatriar a sus profesionales con más talento para garantizar la apertura o consolidación de proyectos extranjeros.

«El futuro es para las empresas que sepan gestionar adecuadamente la diversidad y la multiculturalidad», afirma Joan Pere Salom, gerente del área de Human Capital de Deloitte. Y añade: «La expatriación no solo es un medio para abrir nuevos mercados; también es una oportunidad para desarrollar líderes globales». (...)

Además, también ha de tenerse en cuenta desde el inicio de qué manera puede optimizarse el aprendizaje adquirido una vez el expatriado regresa a la sede española. Así, «la experiencia multicultural es muy valorada por

las empresas, que suelen cubrir las vacantes en puestos de alta dirección con este tipo de profesionales», constata este experto.

Se estima que hoy unos 2750 españoles trabajan en diferentes rincones del mundo, especialmente en Europa y Latinoamérica, y cada vez más en China e India. El 80% de ellos forma parte de alguna de las 25 empresas del Ibex 35 que componen el Foro Español de la Expatriación (Feex).

Y lo cierto es que este proceso de internacionalización parece impararable. En 2007, casi la mitad de la facturación de las 15 multinacionales españolas más importantes —más de 10 000 millones de euros— procedió de sus filiales en el exterior. Telefónica, Repsol, Santander, BBVA, Ferrovial, Endesa y Acciona, que a finales de los noventa empezaron a realizar adquisiciones e inversiones en el extranjero, son sus protagonistas.

Sin embargo, la mayoría de los españoles se resiste a internacionalizarse, poniendo de manifiesto su preferencia por lo local, por lo conocido y, en definitiva, por lo que les recuerda a su propia casa. El arraigo cultural es profundo, de ahí que 8 de cada 10 ciudadanos fallecen en un radio de 20 kilómetros del lugar donde nacieron, según un informe sobre movilidad laboral del IESE-Cela, Creade y Sagardoy Abogados.

En el ámbito de la empresa, los propios directivos corroboran este sedentarismo geográfico. Solo el 13% de los ejecutivos está dispuesto a cambiar de país por motivos de trabajo. Y eso que en algunos desplazamientos, sobre todo aquellos que representan oportunidades estratégicas de primer nivel, la compañía suele ser bastante generosa. Además del pago íntegro de la vivienda alquilada en el destino, el directivo expatriado recibe un salario algo más alto, que tiene en cuenta el coste real de la vida de dicho

país y que incluye una prima por desplazamiento que puede llegar a los 2000 euros mensuales, según datos de Deloitte. También se le financian otros gastos, como la educación de los hijos, los cursos del idioma, el coche e incluso el coste de los servicios de limpieza de su nueva casa. (...)

Un estilo de vida

Aunque en muchos casos la expatriación se concibe como una experiencia temporal hay profesionales que le acaban cogiendo el gusto y la convierten en su estilo de vida. Son los llamados ejecutivos trotamundos, que suelen ser «personas espabiladas y aventureras, que valoran la independencia y disfrutan cambiando de país cada cuatro o cinco años», explica Juan Antonio del Pozo, subdirector de gestión de asignaciones internacionales de Endesa, que cuenta con 90 expatriados.

En su opinión, estos profesionales «son muy valorados por la empresa», que deposita en ellos «la confianza necesaria para potenciar el proceso de internacionalización». «Gracias a su flexibilidad, son muy demandados para abrir nuevos mercados y controlar la inversión en países donde el negocio ya está presente», concluye.

Carlos Corrales responde al perfil. Con 34 años, es director de control y planificación de Endesa Helas, la filial de la multinacional española en Grecia, donde vive desde septiembre de 2007. «Desde que entré en Endesa, hace nueve años, me ha interesado desarrollar mi carrera en el extranjero», reconoce. No en vano, la expatriación indefinida le permite «vivir la vida como un proceso de aprendizaje, conviviendo con el cambio permanente y conociendo a personas y culturas diferentes, que te abren mucho la mente», asegura. (...) ●

Fuente: Vilaseca, Borja. El líder se forja en el exterior. El País, 24/08/2008

B. Ahora lee el texto y resume la información que da cada párrafo en una frase. Luego, compara tus frases con las de un compañero.

Párrafo 1: Las multinacionales españolas apuestan cada vez más por la internacionalización.

C. En parejas, vais a elaborar cuatro o cinco preguntas sobre las informaciones más importantes del texto. Luego, las plantearéis al resto de la clase. ¿Las saben responder?

● A ver, según el artículo, ¿cuál es la actitud de las multinacionales españolas respecto a la internacionalización...?

Se dice que...

... las referencias a la cultura meta deben ser...



explícitas y/o implícitas

Referencias culturales explícitas

3. LOS HOGARES ESPAÑOLES

A. En un estudio sobre el consumo en los hogares españoles se detalla en qué gastaron el dinero las familias españolas en 2007. Fijaos en este cuadro y, entre todos, aclarad los conceptos que aparecen en él.

Gasto medio por hogar y distribución porcentual por grupos (año 2007)

Gasto medio por hogar (€) | Distribución del gasto (%) | Variación anual (%)



Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística). Encuesta continua de presupuestos familiares. 2007

- ¿Qué es eso de la «distribución del gasto»?
- Mmm..., pues es la parte del total, el porcentaje dedicado a un grupo de gasto, ¿no?

Referencias culturales implícitas

5. A MAYOR EXPERIENCIA, MAYOR SUELDO

A. Las siguientes frases reflejan algunas cuestiones relacionadas con los salarios en España.
¿Qué conclusiones sacas de ellas?

- El salario medio anual de las mujeres es un 29% **inferior** al de los hombres.
- En España la edad media de salida del mercado laboral es 61,4 años, ligeramente **superior a** la media de la Unión Europea (61 años).
- El porcentaje de mujeres que ganan hasta 10 000 euros al año (29%) es **mayor que** el número de varones con el mismo nivel salarial (8%).
- En todas las ocupaciones y sectores, los salarios de las mujeres son **menores que** los de los hombres.
- El 10% de los asalariados con **mayor** remuneración acumula más del 26% de la masa salarial, mientras que el 20% de trabajadores con **menor** salario tan sólo dispone del 8% de la misma.
- La intermediación financiera es también la actividad económica **mejor** remunerada en la mayor parte de los países de la UE.
- En España, la hostelería es la actividad **peor** pagada, con 13 174,63 euros anuales, un 33,5% **inferior a** la media.



4.

El aprendizaje por tareas en la adquisición de destrezas interculturales para un contexto de EFE



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Hacia una definición de la tarea de aprendizaje intercultural



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Una tarea implica:



1 Una programación

2 Una focalización en el significado

3 Un proceso cognitivo

4 Un desarrollo de destrezas

5 Una utilización del lenguaje del mundo real

6 Un resultado comunicativo concreto e identificable

Las actividades presentadas a través de tareas se refieren a:



Un contexto

(físico, institucional, sociocultural)

Un problema que tratar

(informarse y actuar)

Un objetivo

(resolver el problema)

Un producto

(construcción lingüística + acción comportamental)

Modelo de aplicación



La **perspectiva orientada a la acción** conviene para la enseñanza de aspectos interculturales.

Un idioma se aprende **usándolo** para “resolver un problema” (entender una situación intercultural y actuar en consecuencia)

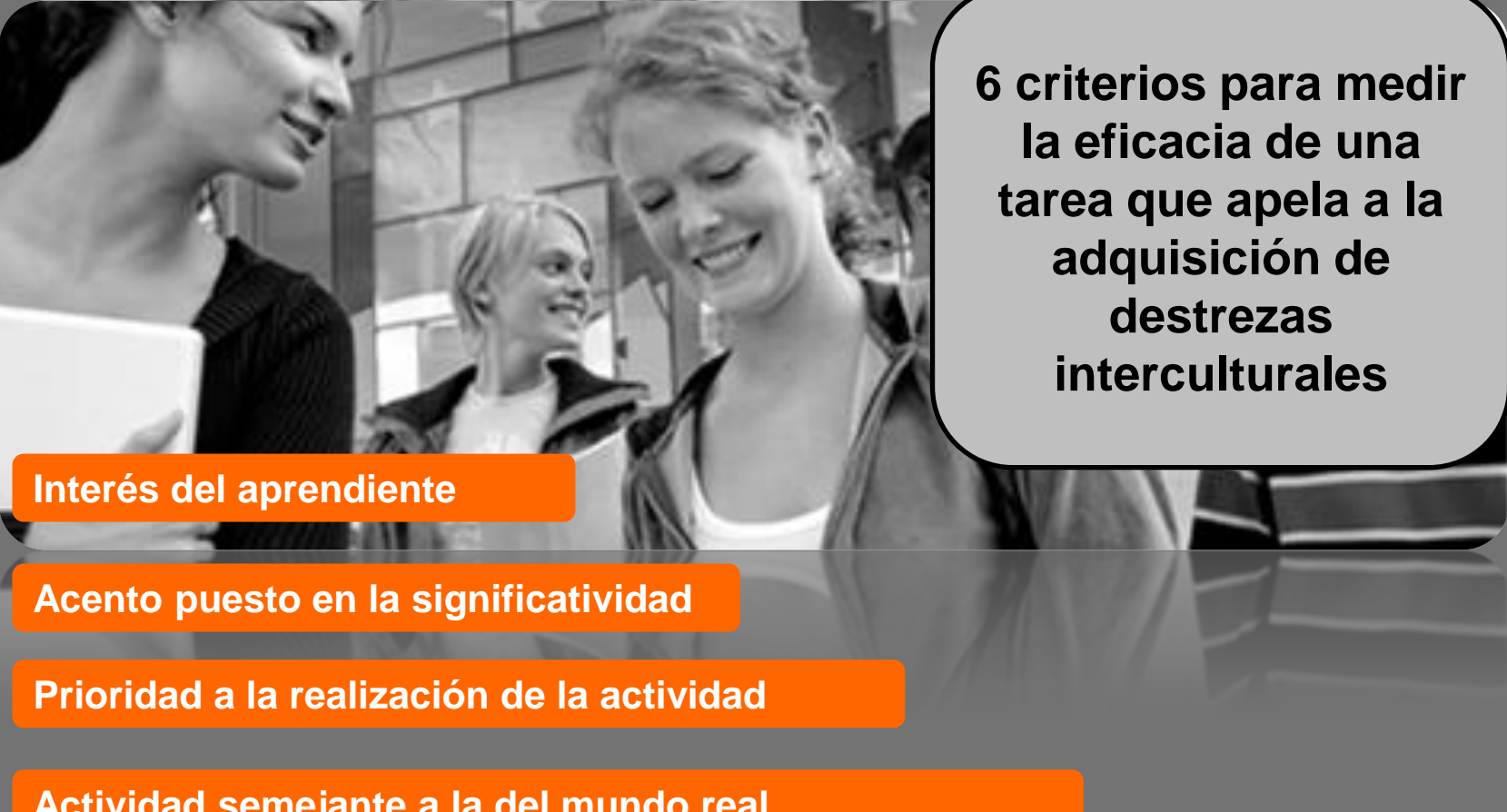
Para lograr su objetivo, el usuario moviliza sus conocimientos o se activa en la búsqueda de **nuevos recursos**, lingüísticos o interculturales, que le permitan realizar la tarea.

Algunos criterios de eficacia de tareas que apelan a la inter cultura



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”
Prof. Marcelo Tano





6 criterios para medir la eficacia de una tarea que apela a la adquisición de destrezas interculturales

- 1 **Interés del aprendiente**
- 2 **Acento puesto en la significatividad**
- 3 **Prioridad a la realización de la actividad**
- 4 **Actividad semejante a la del mundo real**
- 5 **Obtención de un “producto” palpable que se pueda compartir**
- 6 **Resultado juzgado en términos de objetivos socio pragmáticos y no solo por la exactitud de la lengua.**

Las tareas: un entrenamiento para saber actuar



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Ejemplos de acciones que podemos llevar al aula EFE

1

Incorporación
inmediata



En esta unidad nos familiarizaremos con las ofertas y las demandas de empleo y...

- redactaremos un anuncio de trabajo.
- elaboraremos un currículum.
- escribiremos una carta de solicitud de empleo.

¿Existen diferencias culturales en cuanto a la manera de escribir anuncios laborales, presentar un currículum o redactar una carta de solicitud entre España y el país donde vive el alumno?

2

Reunión
de equipo



En esta unidad nos familiarizaremos con las reuniones de trabajo y las negociaciones y...

- organizaremos una sesión de negociación preparando tácticas y argumentos para alcanzar nuestras metas.
- participaremos en una reunión de manera activa, defendiendo nuestra posición y buscando un acuerdo final.

¿Existen diferencias culturales en la forma de participar, negociar y llegar a un acuerdo en una reunión entre españoles y ejecutivos del país donde vive el alumno?

3



Me trasladan
a México

En esta unidad nos familiarizaremos con los traslados laborales internacionales y...

- comentaremos cuáles son las condiciones para el éxito en este tipo de traslado.
- investigaremos que debe hacer una persona trasladada a nuestra ciudad.
- discutiremos sobre un caso práctico de traslado.

¿Existen diferencias culturales en relación a las expatriaciones laborales entre el país donde vive el alumno y los demás países de la cultura meta?

Ejemplos de acciones que podemos llevar al aula EFE

4



Exportamos
a 70 países

En esta unidad nos familiarizaremos con el comercio internacional y...

- haremos un juego de preguntas sobre la economía de América Latina.
- investigaremos sobre la realidad económica de nuestro país.
- escribiremos un informe sobre un sector de la economía española

En temas de comercio internacional, ¿cuáles son las diferencias mayores entre la economía del país donde vive el alumno y la de los demás países de habla hispana?

5 →

Montamos
un negocio

En esta unidad nos familiarizaremos con el proceso de creación de una empresa y...

- discutiremos sobre qué productos, servicios y establecimientos nuevos son necesarios en nuestro entorno.
- elaboraremos el plan de empresa de una compañía o de una ONG y lo expondremos oralmente.

¿Qué diferencias culturales pueden presentarse a la hora de montar un negocio o crear una empresa en el país donde vive el alumno y los demás países hispanohablantes?

6



Cuestiones de finanzas

En esta unidad nos familiarizaremos con los principales aspectos relativos a las finanzas y...

- analizaremos nuestra manera de gastar y de administrar el dinero.
- decidiremos cómo se debe administrar una herencia.

¿Qué diferencias culturales con respecto a la forma de administrar el dinero pueden observarse entre el país donde vive el alumno y los demás países hispanoparlantes?

Ejemplos de acciones que podemos llevar al aula EFE

7

El tiempo
es oro

En esta unidad nos familiarizaremos con el tema de la administración del tiempo personal y laboral y...

- reflexionaremos sobre nuestro empleo del tiempo.
- analizaremos los casos de algunas personas con problemas de organización.
- trazaremos un plan para nuestro futuro profesional y personal.

¿Existen diferencias culturales sobre cómo hacer uso de su tiempo entre el país donde vive el alumno y los demás países del mundo hispánico?

8



Producción y fabricación

En esta unidad nos familiarizaremos con la producción y la fabricación y...

- analizaremos algunos casos prácticos de conflictos relacionados con la producción o la seguridad.
- reflexionaremos sobre la estructura del sector económico en que nos encontramos.
- participaremos en un foro sobre los problemas de una fábrica y debatiremos posibles soluciones.

¿Existen diferencias culturales en materia de conflictos laborales en las fábricas del país donde vive el alumno y en las de los demás países de la cultura meta?

5.

Algunas conclusiones



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



El aprendizaje intercultural genera ventajas profesionales

**A la hora de trabajar con los demás,
disponer de competencias interculturales
es la manera más eficiente de
concretizar proyectos compartidos.**



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Interculturalidad en clase y fuera de clase

→ Aprender idiomas no es solamente incorporar contenidos lingüísticos; es también saber cómo actuar en situaciones de comunicación en clase con sus compañeros o reales con personas de otras culturas.

→ Es casi imposible prescindir de la enseñanza intercultural en una clase de E/LE (y menos aún en un curso de EFE).



Interacción e interculturalidad



La interacción siempre es cultural. Por eso, las competencias interculturales ayudan al usuario a salir adelante en su comunicación disminuyendo el “choque entre culturas”.



Podemos potenciar el aprendizaje intercultural gracias a una construcción colectiva de signos culturales (actitud crítica y reflexiva, confirmación o no de estereotipos).

Enfoque intercultural

Lengua extranjera



Lazo entre varias culturas

Determinar qué rasgos socioculturales conviene elegir y proponer una selección representativa de temas para:

observar

interpretar

comparar

asociar

analizar

comprender

relativizar

**Para ir resumiendo,
el enfoque intercultural favorece la...**

Observación

Interpretación

Comparación

Comprensión

Relativización



Para ir resumiendo, el enfoque intercultural desarrolla la...



Concientización

Responsabilización

Implicación

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”
Prof. Marcelo Tano



A modo de **conclusión**



1

El enfoque intercultural se ajusta a las exigencias de la enseñanza del E/LE profesional.

2

La perspectiva orientada a la acción, basada en el desarrollo de competencias operativas interculturales, se adapta perfectamente al aprendizaje del español orientado al mundo de la empresa.

3

La adquisición de habilidades interculturales debe formar parte de una reflexión plasmada en una programación de muestras representativas de la cultura-meta.



Hay materiales que responden de manera clara y práctica a estos requerimientos.



El éxito en la adquisición de **capacidades interculturales** para ser aplicadas en el mundo del trabajo pasa por la elaboración de **unidades didácticas** que desarrollen esas competencias de manera consciente, pertinente y organizada.

“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



Para mayores informes sobre **EXPERTOS**,
consultar la página web de su autor:

<http://espanol-profesional.jimdo.com/>

Presentación

Componentes

Metodología

Organización

Unidades

Audiovisual

Complementos

Autor

Editor

Agradecimientos

Comentarios

Formación



“El componente cultural en el aula de EFE de nivel intermedio-avanzado”

Prof. Marcelo Tano



¡Gracias por haber participado en este taller!



“Quien se atreva a enseñar, nunca debe dejar de aprender”