
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Kirilenko, Anna; Poch, Dolors. Comparación entre la enseñanza del español con fines comerciales en España y en Rusia. 2010.

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/67608>

under the terms of the  license

Máster oficial en lengua española y literatura hispánica

Comparación entre la enseñanza del español con fines comerciales en España y en Rusia.

Autor: Anna Kirilenko

Proyecto dirigido por la Dra. Dolors Poch

Departamento de Filología Española

Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Autònoma de Barcelona, 2010

Índice:

1. Introducción	3
2. Enseñanza del español como lengua extranjera. El español comercial	4
3. Competencia comunicativa	13
4. Comparación entre la enseñanza del español con fines comerciales en España y en Rusia.....	21
5. Conclusiones	35
6. Bibliografía	37

1. *Introducción.*

Es indudable que el español tiene mucha presencia en el mundo y, por eso, hay cada vez más gente que quiere aprender esta lengua como lengua extranjera. Uno de los objetivos principales de las instituciones como el Instituto Cervantes, la Asociación Internacional de Hispanistas, la Asociación para el Progreso del Español como Recurso Económico (E/RE) y el instituto de Comercio Exterior (ICEX) es promocionar la enseñanza-aprendizaje del español. Una de las áreas del español que más interés despierta es, sin duda, el español comercial debido a << los afectos de internalización de la economía, de la integración de los continentes americano y asiático, las perspectivas que ofrece la libre circulación de mercancías y de profesionales en el marco de la Unión Europea >> (Sánchez Lobato, 2004: 1109).

A pesar de la existencia de la gran cantidad de los manuales de la enseñanza del español como lengua extranjera y del español comercial, redactados en muchas lenguas y países, no todos ellos corresponden a las exigencias de la enseñanza eficaz según las tendencias actuales en la lingüística aplicada.

El objetivo del presente trabajo es comparar distintos métodos de la enseñanza del español con fines comerciales, utilizados en España y Rusia, con el fin de aportar nuevos enfoques que permitan una orientación más eficaz de la enseñanza del español de los negocios en un país no hispanohablante.

En los siguientes apartados tras el análisis de la situación actual en el ámbito de la enseñanza del español como lengua extranjera y del español comercial se presenta la orientación hacia el enfoque de la competencia comunicativa, uno de los conceptos centrales en la lingüística aplicada y se compara el desarrollo de este concepto y los conceptos relacionados en la lingüística europea y americana con la tradición rusa. En concreto, se analizan las líneas de investigación escogidas por lingüistas europeos, americanos y rusos.

En el capítulo "Comparación entre la enseñanza del español con fines comerciales en España y Rusia" se realiza la comparación entre dos manuales, uno de los cuales fue editado en España y otro en Rusia. Se destacan las similitudes y las diferencias en la orientación metodológica entre estos dos libros y se proponen las mejoras en la enseñanza de español con fines comerciales en Rusia, que se pueden también ser recomendadas para otros países no hispanohablantes, donde el español se estudia como lengua extranjera.

2. Enseñanza del español como lengua extranjera. El español comercial.

En las últimas décadas ha aumentado el interés por el aprendizaje del español como lengua extranjera en el contexto europeo y mundial. En los años 1950-1980 fueron creadas las asociaciones nacionales de hispanistas en Inglaterra, Japón, Francia, Canadá, Suiza, Italia, Alemania y Egipto. Y, después, se han sumado las de Corea, Polonia, Argentina, Australia, Nueva Zelanda, Rusia, Grecia, Brasil y Noruega. Portugal y la región del Benelux, por su parte, acaban de dotarse de sendas asociaciones, favoreciendo la expresión institucional del hispanismo en un crecido número de países y ámbitos.

En el año 1991 fue fundado el Instituto Cervantes, una institución dedicada a la promoción de la lengua española y a la difusión cultural. Desde 1998, dicho Instituto ha venido publicando el anuario titulado “El español en el Mundo”, en el que prestigiosos colaboradores exponen la situación del español en los distintos ámbitos y desde diversos puntos de vista.

En el último Anuario 2006-07 el Instituto Cervantes resume la situación actual del uso del español:

De los 333 millones de usuarios del español en los países donde es idioma oficial, el 88 % de ellos viven, piensan y producen en Hispanoamérica; se cuentan ya 39 millones en Estados Unidos - casi tantos como en España - y, según anuncia el ministro de Educación de Brasil, este país contará con 30 millones de hablantes de español como segunda lengua en poco más de diez años (López, 2005: 5).

Además, hay que tener en cuenta que en el caso de los Estados Unidos es difícil obtener datos exactos de la cantidad de hispanohablantes debido, en parte, a la inmigración clandestina.

Según la opinión de Jean-François Botrel, presidente de la Asociación Internacional de Hispanistas y presidente de honor de la Sociedad de Hispanistas Franceses:

Es responsabilidad de los hispanistas contribuir a que este trascendente fenómeno para la «lengua de Cervantes» no sólo sea un fenómeno pasivamente aceptado y geográficamente cultivado, sino acompañado e interpretado, con una dimensión más trascendental cara al posicionamiento internacional del español y de lo hispánico (Botrel, 2006: 447).

Si hablamos de los rasgos más destacados del uso del español, podemos acentuar <<la multi o pluridisciplinaridad y la globalidad de los planteamientos individuales o colectivos, y de sus objetos>> (Botrel, 2006: 447). Existe gran cantidad de disciplinas, cuyas investigaciones se imparten en español en los cinco continentes. Y, sin duda, gracias a las modernas tecnologías de comunicación el dialogo intercultural en el español es cada vez más abierto y asequible.

La Asociación para el Progreso del Español como Recurso Económico (E/RE) y el instituto de Comercio Exterior (ICEX) también señalan que << la demanda de enseñanza de español como lengua extranjera está incrementándose notablemente >> (Sánchez Lobato, 2004: 1110).

De acuerdo con un estudio de la revista *Ethnology*, el español sube al segundo lugar como lengua materna en el mundo y ocupa la tercera posición en Internet (8,2 % de total) tras el inglés y el chino. Y se espera que para el 2050 lo hable el 10% de la población mundial, con Estados Unidos como primer país hispanohablante.

Además el español es uno de los seis idiomas oficiales de la ONU junto con el árabe, el chino, el francés, el inglés y el ruso.

No en vano, en Internet, primero se abrió la posibilidad de registrar dominios con “Ñ” antes de que la ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) adoptara caracteres distintos del inglés.

El español es el idioma oficial de España y de casi todos los países de Sudamérica y Centroamérica. Además, en EE.UU. la población hispanohablante es muy considerable.

Por eso, el español es el segundo idioma más estudiado en el mundo tras el inglés, con al menos 17,8 millones de estudiantes distribuidos en 90 países.

Destaquemos también el interés del mundo oriental en los mercados de los países hispanohablantes, o el fenómeno de la inmigración de los países del norte de Europa a España e Hispanoamérica.

Además, hay que recordar que el español figura como lengua extranjera en los planes de estudio de la mayoría de los países. Y, desde la Antigüedad, existe la tradición de la enseñanza de lenguas extranjeras. Así califica los valores de la lengua extranjera la doctora Adelstein de la Universidad de Guelph, Ontario (Canadá), en su libro La enseñanza del español como idioma extranjero: de la teoría a la práctica (Adelstein, 1973: 15-16):

La lengua extranjera tiene un valor formativo y un valor utilitario. La lengua extranjera se estudia porque como lengua es formativa de la mente. Sabemos también que la lengua extranjera educa, pues cultiva y desarrolla hábitos y habilidades específicas y sirve de enlace entre los pueblos de la gran comunidad internacional. Este es su valor formativo. Su valor utilitario es fácil de comprender. La lengua extranjera es instrumento utilísimo e imprescindible de estudio y progreso de la vida (Adelstein, 1973: 15-16).

Analizando la situación en el ámbito de la enseñanza de español, los especialistas llegan a la siguiente conclusión:

La vasta gama de destinatarios, de diferentes niveles educativos, de diferentes edades, procedentes de diferentes países – caso de que acudan a España o a Hispanoamérica a aprender español-, y hablantes de distintas lenguas maternas da como fruto una enseñanza inevitablemente heterogénea (Martinell, 1998: 6).

Otro aspecto que hay que tener en cuenta es qué fines persigue una entidad educativa a la hora de enseñar español. Si se trata de la enseñanza del español con fines profesionales en las facultades universitarias de Humanidades, de Letras y de Filología Románica, o es, simplemente, la enseñanza de uso instrumental.

También es importante considerar dónde se estudia el español: fuera de España, en España, en una de las Comunidades Autónomas (donde existe el fenómeno de bilingüismo) o en un país de América Latina. <<En cada uno de estos lugares hay, como mínimo, una

pronunciación característica, y una cierta diversidad con efectos en la morfología, en el léxico y en la sintaxis>> (Martinell, 1998: 6).

Y, en último lugar, hay que tener en cuenta en qué lengua se imparten las clases de español (esta circunstancia depende de la lengua materna del profesor y/o de su grado de conocimientos del español) y qué materiales se usan, es decir, si han sido publicados en España o en un país hispanohablante o en un país no-hispanohablante.

Todos estos factores son determinantes a la hora de analizar el proceso del aprendizaje del español.

A continuación analizaremos las tendencias de la enseñanza del español con fines profesionales. La sociedad del siglo XXI hace imprescindible el dominio de varias lenguas extranjeras. Como consecuencia, la Comisión de Educación del Consejo de Europa promueve el uso y aprendizaje de, al menos, tres lenguas en todos los sistemas educativos, como factor coadyuvante de la educación del siglo XXI y ante la perspectiva de la ciudadanía europea (Libro Blanco de la Educación y la Formación: enseñar y aprender: Hacia una sociedad cognitiva.1995. Comisión de las Comunidades Europeas).

Para realizar la comparación que constituye el objetivo del presente trabajo, hemos elegido la enseñanza del español comercial, que es el área que cada vez genera más atención. Debido a << los efectos de internalización de la economía, de la integración económica en los continentes americano y asiático, las perspectivas que ofrece la libre circulación de mercancías y de profesionales en el marco de la Unión Europea>> (Sánchez Lobato, 2004: 1109) y otros factores económicos determinantes.

En primer lugar, hace falta subrayar que << el estudio de las lenguas extranjeras ha experimentado a lo largo de los últimos años una transformación radical en sus objetivos finales>> (Sánchez Lobato, 2004: 1149). Si antes, la enseñanza de las lenguas extranjeras tenía un carácter generalista y el objeto de estudio era el conocimiento global de la lengua, ahora, sin duda, la enseñanza está más enfocada a los aspectos específicos de una lengua extranjera. Y el estudio de sus aspectos comerciales es el que más interés despierta. Se puede decir, incluso, que es el que más se ha desarrollado hasta el presente, tomando en cuenta la situación económica actual. Entre los factores que han contribuido a esto se puede destacar:

- el desarrollo de las nuevas tecnologías;
- el incremento de las relaciones profesionales de todo tipo entre los distintos países, entre ellos, gran cantidad de los proyectos económicos y científicos conjuntos;
- la política internacional que favorece la colaboración entre los distintos países y continentes;
- la situación económica favorable para la apertura de los nuevos mercados, muchos de cuales están en los países hispanohablantes;
- la diversificación económica;
- la atención especial que recibe por parte de los gobiernos el ámbito del comercio internacional;
- el uso de las exportaciones (sobre todo de las nuevas tecnologías) como un instrumento económico esencial por parte de algunas economías europeas y asiáticas más desarrolladas, etc.

En segundo lugar, <<el dominio de una o varias lenguas extranjeras tiene un valor económico. Es decir, se ha producido un cambio cualitativo en la consideración de este conocimiento que se percibe como un recurso económico>> (Sánchez Lobato, 2004: 1110). Es obvio, que esta situación es una consecuencia lógica de la situación económica actual y de los factores antes mencionados en particular.

Hoy en día, el dominio de una o varias lenguas extranjeras no solo abre nuevas salidas profesionales sino también hace más competitivo cualquier curriculum. Así, podemos concluir que la noción del dominio de lengua extranjera ha evolucionado desde un instrumento formativo que pertenecía al sistema educativo, hasta un recurso económico primordial personal. Este hecho hace el proceso de aprendizaje de lengua extranjera más eficaz, ya que los alumnos están más motivados. Incluso, posiblemente, el proceso de aprendizaje ahora tiene un carácter más individualista, debido, en parte, al desarrollo veloz de las nuevas tecnologías y, en concreto, de las tecnologías de la comunicación y de la información.

La misma idea expresa Samantha Chareille, Doctora en Didactología de las lenguas y de las culturas de la Universidad Paris III – la Sorbonne Nouvelle en su artículo “Las políticas de difusión lingüístico-culturales”:

A nivel lingüístico, la globalización de los negocios crea una necesidad de locutores multilingües que se pueden encargar de la distribución en los mercados locales. Es lo que lleva a Pierre Bourdieu (en 1982) y a Albert Breton (en 1998), entre otros, a considerar la lengua como un bien y como un elemento del capital humano. Es también lo que contribuye en modificar las opciones de los estudiantes tratándose de las lenguas concentrando las inversiones hacia el aprendizaje de los idiomas que tienen el más grande «valor económico» (<http://www.monografias.com/trabajos10/pl-esp-/pl-esp-.shtml>).

Según la opinión de Blanca Aguirre Beltrán, profesora de la Universidad Complutense de Madrid: << podemos señalar los años ochenta como el comienzo de una demanda notable de enseñanza y aprendizaje de español con fines específicos – fundamentalmente, español comercial>> (Sánchez Lobato, 2004: 1113). Aquí hace falta destacar que la aparición de este interés ha coincidido con un acontecimiento político muy importante, la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea (actualmente la Unión Europea) en 1986. También ha sido significativa la celebración del V Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada (AESLA) en 1987. Además, como un factor importante podemos destacar que, desde 1979, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid administra los Exámenes de Español de los Negocios (antes Español Comercial). Todos estos acontecimientos han abierto nuevos campos de investigación y han aportado nuevas tendencias del desarrollo de la enseñanza de español con fines comerciales.

Como etapas más importantes de la integración económica de España en la UE podemos destacar las siguientes fechas:

- el 1 de enero de 1986 España ingresó como miembro de pleno derecho en las entonces Comunidades Europeas (el tratado de adhesión se firmó el 12 de junio de 1985)
- el 1 de enero de 1999 España adopta la moneda común europea

Y, sin duda, hay que destacar que desde los principios de la creación de la Unión Europea, “ la finalidad de este impulso integrador fue crear un auténtico mercado interior sin fronteras y ampliar las competencias de la Comunidad “. El Gobierno de España se fija desde entonces como “ objetivo primordial de su política económica, cumplir dichos requisitos para formar parte del grupo de países que integre “.

También son esenciales los factores que determinan la participación activa de España en la actividad de la Unión Europea:

España es el segundo país de los 27 Estados miembros en extensión geográfica, y ocupa el quinto lugar en número de habitantes. Su posición geográfica en el sudoeste del continente europeo, le hace situarse como país puente con los de la ribera sur del mar Mediterráneo y el norte de África, y por tradición histórica y cultural, con los países iberoamericanos (<http://www.monografias.com/trabajos10/pl-esp-/pl-esp-.shtml>).

Entre las iniciativas de la Unión Europea, en las que España ha manifestado un particular protagonismo y ha desplegado una especial actividad, podemos encontrar los asuntos muy importantes actualmente para la Unión Europea y el mundo en general:

- proceso de desarrollo e institucionalización de las relaciones entre la UE y América Latina
- estabilidad política en la cuenca mediterránea
- política común de inmigración

España preside la Unión Europea durante el primer semestre de 2010. Y no podemos olvidar del papel de Javier Solana Madariaga, que fue el Alto Representante de la Unión para Política Exterior y de Seguridad Común (PESC). Otros cargos importantes también han sido ocupados por españoles, como el Enviado Especial de la Unión Europea en Oriente próximo, que fue ocupado durante 1997 y 2003 por el actual ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, Miguel Ángel Moratinos. Estos personajes han contribuido mucho al aumento del prestigio de la lengua española en la arena política y económica internacional.

La UE es la mayor potencia comercial del mundo. Comercio mundial de mercancías (2006)



Unión Europea	17,1%
Estados Unidos	16 %
China	9,6 %
Japón	6,6 %
Otros	50,6 %

Fuente: Eurostat

Con el 20% de las importaciones y exportaciones mundiales, la Unión Europea es la primera potencia comercial del mundo. Mercosur (una unión aduanera integrada por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) y Chile constituyen socios económicos esenciales para la Unión Europea. En efecto, el Mercosur se convirtió en una de las regiones más dinámicas del mundo para Europa.

En la actualidad, no parece existir ningún proyecto de cooperación entre la Unión Europea y el Mercosur relativo al ámbito de las lenguas. En este sector, no se encuentran por el momento iniciativas fuera de la estructura europea incluida en acuerdos bilaterales como el programa « Cruz del Sur » puestos en marcha por Francia con el fin de mejorar la formación de los profesores del Mercosur y Chile (entre los cuales los profesores de lengua) y al cual colabora la Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI), pero a pesar de todo esto está claro que toda la situación del desarrollo de la cooperación entre Europa y América Latina conlleva el aumento de interés en la enseñanza-aprendizaje del español con fines comerciales (<http://www.monografias.com/trabajos10/pl-esp-/pl-esp-.shtml>).

Ahora volvemos a otros dos acontecimientos, mencionados antes en el presente trabajo, que han aumentado el interés hacia la lengua española: 1) la celebración del V Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada (AESLA).

Dedicado a la enseñanza de lenguas con fines específicos, este congreso comenzó a establecer la situación de la enseñanza de lenguas con fines específicos en España – inglés, fundamentalmente- y la orientación de la enseñanza del español, que tenía como referencia las investigaciones y orientaciones planteadas para la enseñanza de la lengua inglesa (Sánchez Lobato, 2004: 1114).

2) los Exámenes de Español de los Negocios (antes Español Comercial), que la Cámara de Comercio e Industria de Madrid empezó administrar desde 1979.

El objetivo era doble: ofrecer a las empresas un medio fiable de valorar los conocimientos lingüísticos de su personal y colaborar con la difusión y el estudio del español como lengua de comunicación internacional en sus aspectos empresariales (<http://www.camaramadrid.es/index.php?elem=513>).

Sin duda, este examen sirve como un instrumento de promoción de la enseñanza-aprendizaje de español comercial, aparte de su valor evaluativo. La Cámara, que ofrece este examen, colabora con más de doscientas universidades e instituciones académicas en todo el mundo. Destaquemos, también, el prestigio y el reconocimiento que recibe el examen en el mundo empresarial. Por eso los profesionales que han hecho este examen no sólo han mejorado su nivel del español comercial, sino también han podido mejorar significativamente su situación laboral.

3. Competencia comunicativa.

A continuación vamos a comparar los métodos de la enseñanza de español con fines comerciales que se usan en España y en Rusia. Pero, ya que vamos a enfocar nuestro análisis hacia el aspecto de la competencia comunicativa, primero nos gustaría definir este concepto.

Aquí proponemos la definición de este concepto que plantea Jasone Cenoz Iragui de la Universidad del País Vasco en el libro Vademecum. Para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/ lengua extranjera (LE):

La competencia comunicativa es uno de los conceptos más importantes en lingüística aplicada, tanto en el estudio de la adquisición de segundas lenguas como, a un nivel más práctico, en la enseñanza de lenguas. En efecto, la competencia comunicativa es un concepto clave al tratar de responder a las siguientes preguntas:

¿En que consiste adquirir una lengua?

¿Qué conocimientos, capacidades o destrezas se necesitan para hablar una lengua?

¿Cuál es el objetivo de la enseñanza de lenguas? (Sánchez Lobato, 2004: 449).

Sin duda, estas tres preguntas son retóricas y han atraído mucho interés por parte de los lingüistas. Aún así, falta todavía mucho hasta recibir respuestas exhaustivas. Además, estas preguntas tienen una importancia esencial a la hora de elaborar cualquier plan de enseñanza de cualquier lengua extranjera y a la hora de la evaluación de los alumnos que estudian una lengua extranjera.

Para definir el concepto de competencia comunicativa, vamos a dirigirnos hacia otras áreas de conocimiento relacionadas con la lingüística, implícita o explícitamente, entre las cuales están las siguientes: la psicología, la antropología y la sociolingüística.

Hace falta destacar que este concepto tiene un carácter interdisciplinar. Por eso, ha aportado muchas nuevas ideas a la lingüística. Y ha subrayado la importancia de los factores extralingüísticos tales como el contexto del acto del habla, la procedencia de los participantes, las finalidades, las normas de interacción, etc.

Uno de los fundadores del concepto de la competencia comunicativa fue Hymes, un eminente sociolingüista norteamericano.

Como uno de los primeros sociolingüistas, Hymes ayudó a establecer por primera vez la conexión entre el habla y las relaciones humanas y el entendimiento humano sobre el mundo. Hymes se interesa particularmente en la forma en que patrones lingüísticos diferentes moldean diferentes patrones de pensamiento (http://es.wikipedia.org/wiki/Dell_Hymes).

En el año 1972 en su obra On communicative competence Hymes define el concepto de la competencia comunicativa de la siguiente manera:

Hay reglas del uso sin las cuales las reglas gramaticales serían inútiles. Del mismo modo que las reglas sintácticas pueden controlar aspectos de fonología, y las reglas semánticas quizá controlar aspectos de la sintaxis, las reglas de los actos de habla actúan como factores que controlan la forma lingüística en su totalidad (Hymes, 1972: 278).

Como "reglas del uso" Hymes define el significado referencial y social del lenguaje, subrayando que no sólo es importante si una oración es correcta gramaticalmente, sino si esa oración se usa en un contexto adecuado. Así, su definición se contrapone al concepto de la gramática generativa de Chomsky y abre el nuevo camino en la lingüística. El camino que tiene una orientación hacia el uso correcto de la lengua dependiendo del contexto en que se produce el acto de habla y otros aspectos sociolingüísticos.

Mientras los estudiosos de la competencia lingüística intentan explicar aquellos aspectos de la gramática que se creen comunes a todos los seres humanos independientemente de los determinantes sociales, los estudiosos de la competencia comunicativa tratan a los hablantes como miembros de unas comunidades, que desempeñan ciertos roles, y tratan de explicar su uso lingüístico para auto-identificarse y para guiar sus actividades (Gumperz y Hymes, 1972: vii).

Hymes afirma que «la competencia es el conocimiento subyacente y general y la

habilidad para el uso que posee el hablante-oyente>> (Sánchez Lobato, 2004: 451). Según este autor, los hablantes consideran factores que intervienen en la comunicación, tales como las características de los interlocutores o las relaciones que nos unen al interlocutor.

El concepto de competencia comunicativa propuesto por Hymes tiene gran fuerza como herramienta organizadora en las ciencias sociales y es utilizado con gran frecuencia en la lingüística y psicolingüística, especialmente con la relación de la primera y la segunda lengua (Sánchez Lobato, 2004: 451).

En la didáctica de segundas lenguas, S. Savignon (1972) utilizó la expresión competencia comunicativa para definir la capacidad de los estudiantes, que aprenden una lengua, de comunicarse con otros compañeros de clase; << distinguía así esta capacidad, que les permite un uso significativo de la lengua, de aquella otra que les permite, por ejemplo, repetir los diálogos de las lecciones o responder correctamente a una prueba de opciones múltiples>>

(http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competenciacomunicativa.htm).

En el año 1980 dos lingüistas canadienses Michael Canale y Merrill Swain en el contexto de los modelos de inmersión de Canadá, logran desarrollar una teoría de tres componentes de la competencia comunicativa. Son los siguientes: competencia gramatical, competencia sociolingüística y competencia estratégica. Esta teoría como objetivo tenía intentar definir en qué consiste ser competente en una segunda lengua. Se ha detectado que los hablantes no nativos tienen, en general, más problemas que los nativos con el aspecto de las competencias estratégicas. En el año 1983 este modelo fue revisado por Canale, y, entonces, él elaboró el concepto de competencia sociolingüística y la diferenció de la competencia discursiva. Además, Canale amplió el concepto de competencia estratégica para incluir las características compensatorias de las estrategias de comunicación.

Este modelo ha tenido mucho impacto en el desarrollo posterior de la adquisición y enseñanza de lenguas y ha contribuido significativamente al desarrollo de nuevas teorías en la enseñanza de lenguas y evaluación de este proceso.

Unos años más tarde el lingüista norteamericano Lyle F. Bachman propuso otro

modelo de la competencia comunicativa:

El modelo de Bachman proviene del área de la evaluación de lenguas dentro de la adquisición de segundas lenguas y trata de establecer las distintas dimensiones de la competencia comunicativa. En este modelo se distingue competencia organizativa y competencia pragmática. (Sánchez Lobato, 2004: 455).

El modelo de Bachman es considerado como una aportación importante al área de la evaluación en la enseñanza de lenguas.

Otro modelo que, también, ha aportado significativamente al área de la lingüística aplicada es el modelo de Celce-Murcia, Dornyei y Thurrell (1995), que incluye los siguientes componentes: competencia discursiva, competencia lingüística, competencia accional, competencia sociocultural y competencia estratégica.

Para concluir, nos gustaría destacar que el concepto de competencia sociolingüística originalmente propuesto por Canale y Swain (1980) es el que más se ha desarrollado hasta el momento, para dar lugar no solamente a la competencia sociolingüística o sociocultural, sino también a la competencia discursiva o textual y a la competencia pragmática o accional.

En los últimos años el análisis del discurso y la pragmática del interlenguaje han adquirido mayor importancia, incluso están considerados como áreas fundamentales de la lingüística teórica y aplicada. Estos componentes se consideran esenciales en la adquisición y enseñanza de lenguas.

La adquisición de las distintas dimensiones de la competencia comunicativa últimamente ha atraído mucho interés de la investigación sobre adquisición de segundas lenguas y sobre la enseñanza de lenguas. El concepto de competencia comunicativa tiene implicaciones pedagógicas a distintos niveles:

1. *Los objetivos de aprendizaje.* <<Es importante incluir de forma específica distintos aspectos de la competencia comunicativa en los objetivos de cada curso y de cada unidad didáctica>> (Sánchez Lobato, 2004: 461).
2. *Las estrategias de enseñanza y la autonomía en el aprendizaje.* Una de las estrategias importantes puede ser la comparación con la primera lengua, aparte del acceso a textos orales y escritos que se han producido en contextos naturales. En el mismo tiempo, es necesario que los estudiantes puedan llegar a tener cada vez más autonomía en el aprendizaje.

3. La evaluación.

El concepto de competencia comunicativa y sus dimensiones deben ser una parte integral de la evaluación, tanto de la evaluación continua realizada por el profesorado a lo largo del curso como de la evaluación final, en algunos casos externa. De hecho, uno de los modelos más importantes de competencia comunicativa se ha desarrollado desde el área de la evaluación de segundas lenguas (Sánchez Lobato, 2004: 461).

Puesto que en nuestra comparación vamos a utilizar los materiales rusos, es necesario reflexionar sobre el concepto de competencia comunicativa que domina en la lingüística rusa, para determinar ciertas similitudes y diferencias respecto del punto de vista europeo y "occidental", como lo denominan en Rusia, que hemos mencionado antes.

En primer lugar, queremos destacar la importancia de la situación específica en que se encuentra ahora la lingüística rusa debido al propio camino que fue elegido por una cierta "oposición" al punto de vista "occidental".

Hasta los años 90 del siglo XX, la lingüística, y la ciencia en general en Rusia, se encontraba en un tipo de "aislamiento", debido a la estrategia política de las grandes potencias durante la segunda mitad del siglo XX. Casi no existían proyectos conjuntos con países fuera de la URSS, ni intercambio de investigadores. Esta situación obstaculizaba intercambio de ideas e innovaciones entre Europa, y España en concreto, y Rusia.

Pero, por otro lado, esta situación permitió preservar el desarrollo del punto de vista exclusivamente ruso relacionado con el concepto de competencia comunicativa.

Al mismo tiempo, es obvio que a pesar de la diversidad y la particularidad de los métodos con los cuales definimos el sentido del mundo que nos rodea y como lo compartimos con otra gente, representa la base del proceso de la comunicación.

En la Unión Soviética, la teoría de la comunicación se estudiaba sobre todo en las universidades que formaban especialistas de medios de comunicación. Se considera que esta especialidad tenía mucho prestigio en este tiempo. Como resultado, existían y funcionaban

con mucho éxito los medios de comunicación soviéticos en todo el territorio de la antigua URSS. La situación actual, en general, refleja la importancia de esta área de la educación que sigue recibiendo mucha atención. Según la opinión de Yasen Zassoursky, decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad Estatal de Moscú <<en Rusia y la Comunidad de Estados Independientes (CEI) en el momento del discurso funcionaban unas 50 facultades de periodismo>> (Zassoursky, 1996). La CEI es una comunidad creada en el año 1991 para reemplazar la antigua URSS, que en este momento ya dejó de existir, en la arena geopolítica internacional. Sin embargo, es de resaltar que la CEI no es un estado en sí, y es comparable a la Unión Europea, una entidad de carácter supranacional, antes que a su predecesora, un estado centralizado.

Entre otros objetivos primordiales esta organización tiene la cooperación cultural y de la educación entre los estados miembros. Para coordinar las actividades en estas áreas el 25 de mayo de 2006 fue fundado El Fondo Intergubernamental en la Cooperación Científica, Cultural y de la Educación. Desde el 2007 hasta el 2009 con la ayuda del Fondo fueron organizados más de 200 proyectos conjuntos en la cultura, educación, ciencia, herencia cultural, información y medios comunicativos, deporte, turismo y trabajo con los jóvenes. Este Fondo colabora con otras organizaciones internacionales, tales como UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). En noviembre de 2008 el Fondo y UNESCO firmaron el Memorándum de la Comprensión Mutua que estimula la cooperación científica, cultural, de educación y medios comunicativos entre las dos organizaciones.

En el año 2009 en Moscú fue firmado el Memorándum de la Comprensión Mutua entre el Fondo Intergubernamental de la cooperación Científica, Cultural y de la Educación y el Secretariado de la Comunidad Económica Euroasiática.

En el margen de la cooperación existen los siguientes proyectos internacionales de periodismo:

- ✓ El concurso de los mejores artículos "El mejor de la profesión". El objetivo principal de este concurso es encontrar y estimular a los mejores periodistas de la CEI, que tratan los temas de la Comunidad, los procesos de la integración y el desarrollo de la colaboración internacional;

- ✓ El II festival internacional de radio en ruso, en que participaron las estaciones de radio de Armenia, Bielorrusia, Georgia, Kazajistán, Kirguistán, Moldavia, Rusia, Uzbekistán y Ucrania que ponen los programas en ruso. Los objetivos del Festival son los siguientes: intercambio cultural y el desarrollo del diálogo cultural de los estados de la Comunidad, la promoción de los valores humanitarios. También se considera esencial potenciar la importancia social de la colaboración interestatal.

En lo que se refiere a las humanidades, con su tradición larga de la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras en numerosas universidades rusas, hay que destacar que el "análisis del texto" prevalecía sobre el "análisis del acto de habla". Tradicionalmente la mayoría de las universidades rusas tiene facultades y cátedras filológicas, entre ellas las de Humanidades, de Letras y de Filología Románica y Germánica.

Sin embargo, antes en sus planes educativos se prestaba mucha atención al análisis oral y escrito del texto, esto se demuestra por la implementación de las siguientes asignaturas:

- análisis literario
- análisis estilístico
- análisis crítico
- traducción del texto, etc.

Hoy en día, se nota que en Rusia se ha producido un cambio estratégico importante en la educación lingüística. Ahora, en las universidades, se presta más atención al concepto de acto de habla, se analizan las conversaciones espontáneas y se estudia la pragmática del discurso. Entonces, podemos establecer que, en estos momentos, el modelo de la enseñanza en las universidades lingüísticas rusas es parecido al modelo europeo y estadounidense.

Para concluir la situación en la lingüística rusa y destacar las áreas a las cuales se prestaba más atención en la segunda mitad del siglo XX en la antigua URSS, nos gustaría enumerar eminentes lingüistas soviéticos que han recibido reconocimiento internacional. Muchos de ellos han dado nuevas ideas y han aportado significativamente al desarrollo de la lingüística a escala mundial. Sin duda, las ideas de Mikhail Bakhtin y Román Jakobson han tenido mucho éxito y reconocimiento en la ciencia europea e internacional. Hoy en día sus ideas siguen inspirando a los lingüistas y los especialistas en

comunicación en muchos países del Mundo.

También tenemos que recordar la influencia de Lev Vigotsky (1896-1934), que es uno de los más destacados teóricos de la psicología del desarrollo, y precursor de neuropsicología. Entre las contribuciones de este lingüista podemos destacar la interrelación que él establece entre el desarrollo del lenguaje y el pensamiento. Este concepto lo desarrolla en su obra *Pensamiento y Lenguaje* reconociendo la profunda conexión que existe entre el lenguaje oral y el desarrollo de los conceptos abstractos y mentales.

Otros trabajos de los psicólogos y filósofos soviéticos de esta época destacan la idea de la naturaleza social del proceso de la comunicación. Todavía hay muchos trabajos que no se conocen fuera de Rusia. En nuestra opinión, la traducción y la popularización de los trabajos que desarrollan la categoría de la comunicación pueden aportar significativamente al desarrollo de la lingüística internacionalmente.

Para concluir este apartado, nos gustaría comparar las dos visiones mencionadas. Por un lado, el modelo de la competencia comunicativa establecida fuera de Rusia en el siglo XX y, por otro lado, el modelo soviético que sirvió como la base para el desarrollo contemporáneo de la lingüística rusa. Es curioso, que a pesar de la distancia, la situación política del tiempo en que trabajaban los lingüistas antes mencionados, el intercambio de ideas entre ellos muy escaso, se encuentran ciertas similitudes entre sus métodos, las hipótesis y las conclusiones. Podemos ver, por ejemplo, que Hymes igual que Jakobson prestaban mucha atención a los factores que determinan la comunicación tales como: la relación que une a los hablantes, el contexto, etc. Es lógico, que en el futuro, gracias al desarrollo continuo de las nuevas tecnologías y la situación política actual que estimula la colaboración internacional en muchos ámbitos relacionados con la lingüística, habrá cada vez más colaboración entre Rusia, Europa y los Estados Unidos que, en nuestra opinión, aportará nuevas ideas y enfoques en el campo de la investigación sobre la competencia comunicativa.

4. Comparación entre la enseñanza de español con fines comerciales en España y en Rusia.

A continuación presentamos una comparación entre dos manuales para enseñar el español comercial. Ambos son bastante recientes y están diseñados para la enseñanza del español comercial. Realizaremos la comparación en forma de una tabla para cotejar varios aspectos de los dos manuales elegidos, destacar las diferencias y las similitudes, y proponer mejoras para diseñar un curso de español comercial en un país no hispanohablante, en este caso Rusia.

ASPECTO A COMPARAR	Gómez de Enterría y Sanchez, Josefa (2002): <u>La comunicación escrita en la empresa</u> . Madrid: Arco/Libros. Colección: Español de los negocios	Kalustova, Olga (2003): <u>El curso de los negocios en español</u> . Moscu: Slavyanskiy dom knigi y Kiev: IP Logos.
País de publicación	España	Rusia, Ucrania
Introducción y destinatarios	No consta	Los estudiantes de las universidades, los intérpretes, los traductores y los empresarios que tienen negocios con los países hispanohablantes.
La cantidad de lecciones	6	15
La estructura de los lecciones	Cada lección contiene cuatro apartados. Cada apartado incluye: una explicación de un fenómeno económico y/o administrativo, actividades prácticas, casi siempre se dan modelos y ejemplos de los documentos comerciales y administrativos, al final del libro se encuentran un vocabulario para todas las lecciones, la bibliografía	Cada lección se divide en las siguientes partes: un diálogo español traducido al ruso, el vocabulario de diálogo con los equivalentes rusos, comentarios lingüísticos y extralingüísticos, etc., actividades prácticas a base del diálogo estudiado, la explicación de cómo se componen las palabras en el español, las peculiaridades de la comunicación comercial en el español, la información

	de consulta y las claves de las actividades prácticas propuestas en el libro.	geográfica y económica sobre los países hispanohablantes. Al final del libro se encuentran las claves de las actividades prácticas, las siglas, las iniciales de los nombres españoles, las informaciones de interés sobre los países hispanohablantes y la bibliografía de consulta.
Las referencia al proceso de la comunicación	La primera lección contiene los siguientes apartados: la comunicación en la empresa, la optimización de la comunicación, las situaciones comunicativas en la empresa: comunicación externa y comunicación interna, los fallos en el proceso de la comunicación.	No consta
Las actividades prácticas para mejorar la calidad de la comunicación	Cada uno de los capítulos enumerados en el aspecto referencias a proceso de comunicación contiene las actividades prácticas.	No consta
Los temas principales tratados en manual	La comunicación en la empresa, la empresa y el mercado laboral, gestión y formación en la empresa, la comunicación de la empresa con la banca y las aseguradoras, la comunicación interna en la empresa, la empresa y los mercados financieros.	La línea temática principal es una visita de un socio comercial de España, el acuerdo sobre las condiciones de la colaboración, desde la presentación de las empresas hasta el acuerdo sobre el pago, embalaje, etc. de la mercancía. La línea temática adicional es la de un viaje a España para asistir una feria, se estudia el léxico de transporte, la estancia en un hotel, la comida y la

		geografía de España. Al mismo tiempo se proponen los textos sobre otros países hispanohablantes.
--	--	--

Con el objetivo de hacer la presente comparación más sinóptica les proponemos los siguientes ejemplos de los textos extraídos de los manuales comparados.

La mayoría de las actividades propuestas en el manual ruso tiene el carácter descriptivo. Por eso en general el objetivo de las actividades propuestas allí es automatizar el uso de los equivalentes léxicos entre el español y el ruso. En este manual, como lo especificamos en la tabla, cada lección empieza con un diálogo español traducido al ruso. Les proponemos el siguiente ejemplo:

Урок 1

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

Ситуация: Разговор по телефону.
Темы: 1. Назначение встречи.
 2. Перенос встречи.

Диалоги

<p style="text-align: center;">Сolicitando una entrevista</p> <p>– ¡Buenas tardes! Me llamo Nuria Zavaleta, de la empresa AMIG. ¿Podría comunicarme con el Sr. Petrov?</p> <p>– Un segundo, señora, ahora se lo paso.</p> <p>– ¡Buenas tardes, señora Zavaleta! Dígame.</p> <p>– ¡Buenas tardes! Oleg Demchuk, su compañero y mi cliente, me comentó que su empresa podía estar interesada en entablar contactos con nosotros. Me mandó un correo electrónico con sus datos.</p> <p>– Sí, Oleg me lo decía, me acuerdo. Realmente, puede ser de interés.</p> <p>– Como ya estoy aquí para tres días, ¿podríamos vernos mañana o pasado mañana? ¿Cómo lo ve?</p> <p>– Me parece muy bien. ¿Puede ser mañana por la tarde o pasado mañana por la mañana?</p> <p>– Perfecto. ¿Le viene bien mañana a las 4?</p>	<p style="text-align: center;">Назначая встречу</p> <p>– Добрый день! Меня зовут Нурия Савалета, я с предприятия АМИГ. Я могу поговорить с господином Петровым?</p> <p>– Секундочку, сейчас я передам ему трубку.</p> <p>– Добрый день, сеньора Савалета. Слушаю вас.</p> <p>– Здравствуйте. Ваш коллега и мой клиент Олег Демчук говорил мне, что ваше предприятие может быть заинтересовано в установлении контактов с нами. Он прислал мне письмо по электронной почте с данными вашей фирмы.</p> <p>– Да, Олег мне об этом говорил, я припоминаю. Это действительно может быть интересно.</p> <p>– Поскольку я три дня буду здесь, может быть, мы встретимся завтра или послезавтра? Как вы на это смотрите?</p> <p>– Очень хорошо. Может быть, завтра после обеда или послезавтра с утра?</p> <p>– Замечательно. Вас устроит завтра в 4 часа?</p>
---	---

Para ilustrar el objetivo del material redactado en Rusia que consiste en el desarrollo de la habilidad de un estudiante a traducir del español al ruso y viceversa, les proponemos los ejemplos de las actividades prácticas que encontramos después del diálogo que hemos propuesto antes como el ejemplo, el vocabulario de diálogo con los equivalentes rusos, cometarios lingüísticos: gramaticales y extralingüísticos. En este ejemplo en la actividad práctica 1 se propone buscar los equivalentes rusos para las frases hechas utilizadas en el diálogo estudiado en la lección dada. En la actividad 2 se pide traducir las frases en el ruso al español. Y en la actividad 3 se propone traducir al ruso las oraciones en el español:

17

Урок 1. Деловое общение

Задание 1. Дайте русские соответствия.

Comunicarse con el cliente, pasar el teléfono al compañero, estar interesado en comunicarse, entablar contactos con la empresa, mandar dos correos electrónicos, mandar la dirección y otros datos, ser de interés para las dos empresas, parecer muy interesante, venir perfectamente a todos, enseñar la empresa, llegar a la oficina, hasta pasado mañana, aplazar la entrevista con el director, tener acordadas dos entrevistas por la tarde, poner al cliente en contacto con el director, de parte de su compañero, hay mucho tráfico por aquí, llegando a la oficina, estar en un atasco, tardar una media hora, no pasa nada, seguir en la tienda, estar esperando en la oficina, ser muy amable, tener programadas tres entrevistas, tener fijada una reunión, adelantar la reunión una hora, confirmar la visita, tener la agenda programada, ser difícil (fácil, posible, interesante), seguro que sí (no), me parece perfecto.

Задание 2. Перепедите словосочетания и фразы на испанский язык.

Разговаривает с коллегой; соедините меня, пожалуйста; рассказал о вашем визите; мы заинтересованы во встрече; эти контакты представляют большой интерес; меня это устраивает; отложить беседу на день; связаться по телефону с офисом; я все еще в гостинице; с моей стороны; договориться о встрече; подтвердить желание установить контакты; сегодняшний визит; договориться на час дня; большие изменения в планах на день; ускорить визит; ничего страшного.

Задание 3. Переведите на русский язык следующие фразы.

а) 1. El director estará en la oficina. 2. La empresa estará interesada en entablar esos contactos. 3. No le vendrá bien. 4. No estará de acuerdo. 5. Tendrá una cita. 6. Estará llegando. 7. Estará en un atasco. 8. La señora estará en la tienda.

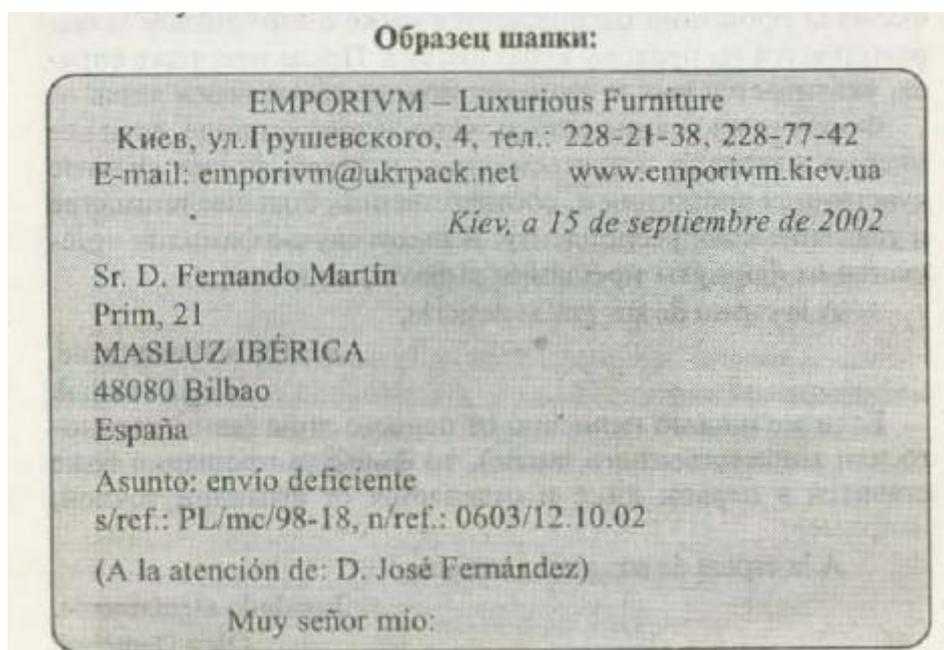
б) 1. Señorita, ¿me pondría en contacto con el director? 2. ¿Sería usted tan amable de decirme su dirección? 3. ¿Me mandaría un correo electrónico con todos sus datos? 4. ¿Me confirmaría la cita del lunes? 5. ¿Se lo preguntaría usted al director?

Entonces, se puede concluir que el uso del material presente está elaborado para la enseñanza del español de los negocios de una manera consecutiva. Según la tradición

filológica rusa, solo en este caso se consiguen mejores resultados del aprendizaje de lengua extranjera.

Hace falta destacar, que en el material ruso se presta mucha atención a las explicaciones de cómo se componen las palabras en el español, las reglas, las excepciones y se proponen las actividades prácticas para automatizar los conocimientos adquiridos.

Al final de cada lección se explica detalladamente cómo se redactan los documentos comerciales españoles con los ejemplos de las partes más importantes. Aquí proponemos el ejemplo extraído del material ruso que enseña el modelo del inicio de una carta comercial:



Ahora para complementar la comparación con los ejemplos del manual español y para subrayar visualmente la importancia que concede el autor Josefa Gómez de Enterría y Sánchez al proceso de la comunicación, les proponemos la siguiente explicación del proceso de la comunicación, de lo que carece en absoluto el material ruso comparado y las actividades prácticas que se encuentran en la lección 1:

Las empresas generan un flujo de comunicaciones que deben procesar. Dichas informaciones se producen tanto en el interior como con el exterior de la empresa puesto que su objetivo es poner en práctica y resolver cualquier tipo de gestión que se plantee en el desarrollo de la actividad mercantil y profesional. La circulación de todas estas posibles informaciones constituye el ámbito de la comunicación empresarial.

La actividad de producción de bienes y servicios por parte de la empresa se desarrolla tanto en los mercados nacionales como en los internacionales, con los que la empresa establece sus relaciones. La eficacia de una empresa se demuestra por su competitividad frente a la competencia. Pa-

ra que esto suceda, la empresa tiene que estar bien informada y al mismo tiempo informar a los demás en el momento oportuno. Cuando la empresa dispone de una buena política de información está en condiciones óptimas para mantener su competitividad y su imagen de marca y además puede conquistar nuevos mercados.

Para asegurar una comunicación óptima en la empresa es necesario valorar con precisión y eficacia todos los elementos que constituyen la comunicación:

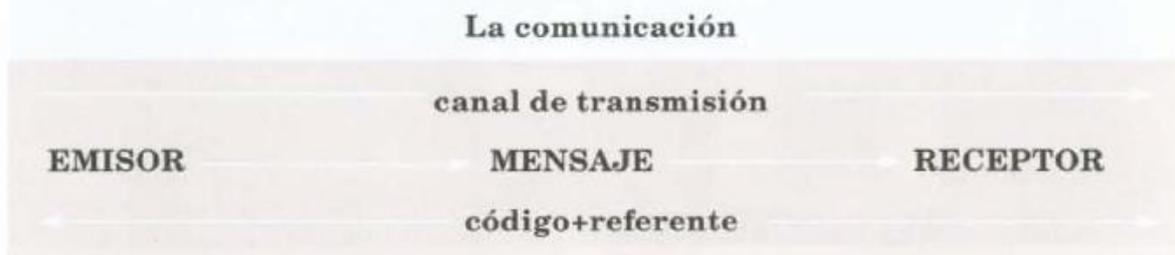
El **MENSAJE** está constituido por una o varias informaciones objeto de la comunicación. El autor del mensaje puede ser una persona o un servicio de

información que en cualquiera de los casos recibe el nombre de **EMISOR**. En la comunicación empresarial siempre tiene que haber un motivo para que ésta se ponga en práctica, gracias al cual una persona o un servicio: el emisor o remitente, transmite el mensaje a uno o varios destinatarios que constituyen el **RECEPTOR**.

El **código** en la comunicación empresarial en español está constituido por la lengua española del ámbito de especialidad de la economía, el comercio y las finanzas. Éste debe ser común a emisor y receptor porque cualquier infracción en

su empleo contribuirá para que el mensaje se convierta en algo incomprensible, lo que dificulta considerablemente la comunicación y en consecuencia la gestión empresarial. El **referente** está constituido por el ámbito profesional o de especialidad que necesariamente deben compartir emisor o remitente y receptor o destinatario.

El **canal de transmisión** para la comunicación escrita necesita un soporte material que puede ser tan simple como el papel en el caso de los mensajes manuscritos o impresos, o más tecnificado como en la transmisión telemática.



Actividades prácticas

1.1. Identificar los elementos de la comunicación. Documento 1 (texto publicitario). Documento 2 (informe clínico)

A. Después de haber realizado una lectura atenta de los documentos 1 y 2 trate de identificar los elementos de la comunicación

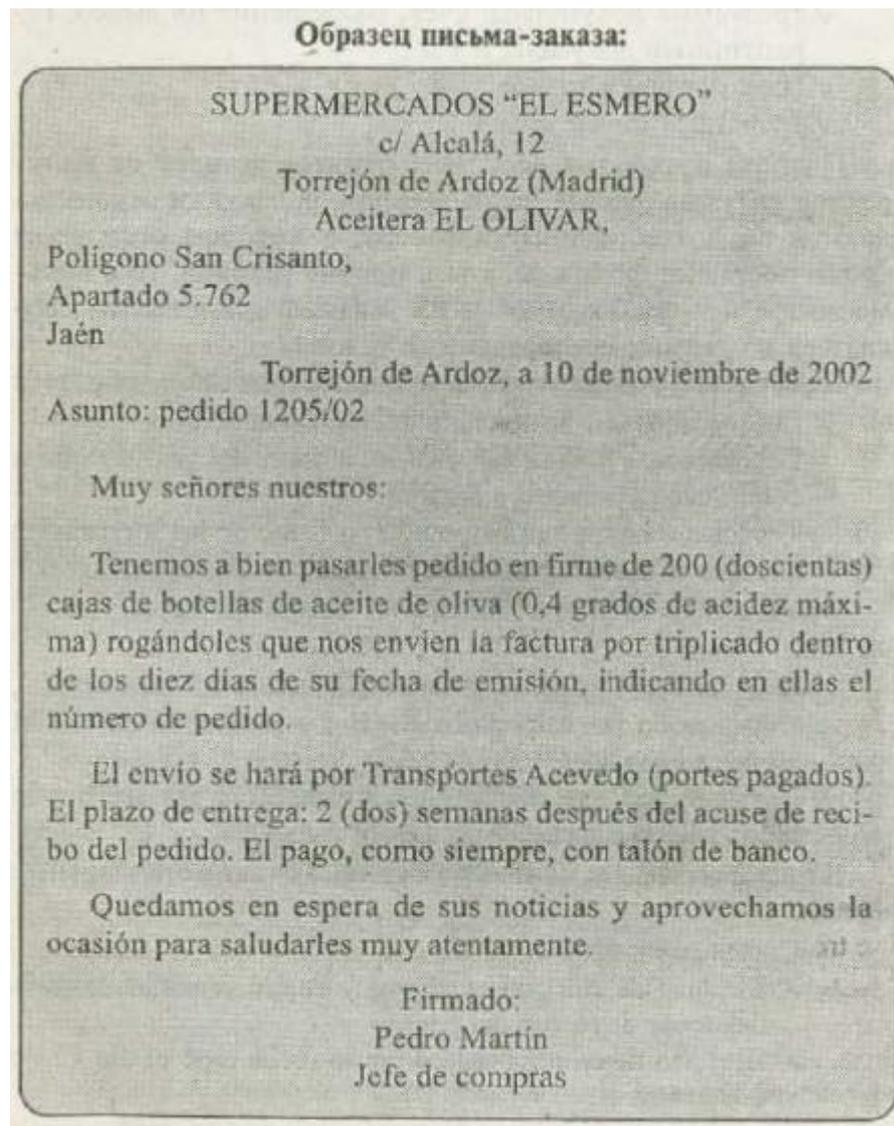
Elementos	Documento 1	Documento 2
emisor		
receptor		
mensaje		
código		
referente		
canal		

B. ¿Cuál es el mensaje del documento 1? Descríbalo.

También nos gustaría destacar la diferencia en la cantidad de los ejemplos de los documentos comerciales reales que se encuentran en el material español y ruso elegido para realizar la comparación. Es curioso que en todo el manual ruso podemos encontrar solo los ejemplos-modelos de los siguientes documentos:

- carta de pedido;
- contrato;
- anuncio de envío;
- carta adjunta;
- carta de reclamación.

Les proponemos el texto de carta de pedido-modelo utilizado en el manual ruso:



En cambio, en el manual español podemos encontrar numerosos ejemplos de los documentos reales que abarcan diferentes áreas de actividad de una empresa:

- memorándum;
- cupón de pedido;
- la carta de presentación o de solicitud de empleo, el esquema-modelo detallado de la carta;
- los documentos comerciales de la gestión de la empresa extraídos del Programa FacturaPlusProfesional;
- albarán;
- factura;
- recibo;

- letra de cambio;
- pagaré;
- carta circular;
- contrato de cuenta corriente de empresa;
- justificante de reintegro;
- resguardo de ingreso;
- resguardo de ingreso;
- crédito consumo;
- modelos de contrato de afiliación a los sistemas de tarjeta;
- contrato de cuenta comercio;
- informe, modelo y su estructura, informe de auditoria de cuentas anuales;
- gráficos en la comunicación interna de la empresa: diagramas de sectores y gráfico de barras;
- carta de acuse de recibo;
- carta de pedido;
- ejemplo de cuestionario;
- carta de reclamación o de quejas;
- carta de solicitud de información;
- compromiso de participación en plan agrupado;
- modelo de fax;
- modelo de correo electrónico, etc.

Nos gustaría proponer el ejemplo de la carta de pedido para compararla con la versión propuesta en el manual ruso antes mencionada:

Carta de pedido



Octavio Alvarez Carballo, nº 10 - Portal 2 - 1º B. Tel. 987 215 311. 24008 LEON
 Orense, 6 - 10º - B5. Tel. 915 974 642. 28020 MADRID

SUMINISTROS SARALEGUI Hnos.
 C/ Rodrigo I, 44- bajo
 24002 LA BAÑEZA (LEÓN)

10- de abril de 2000

Ref: 159 AH/sf
 Asunto: pedido
 A la atención de: Sr. Montes de Oca

Estimados señores:

De acuerdo con nuestra conversación telefónica, celebrada hoy por la mañana, les rogamos que se sirvan tomar nota del pedido que a continuación pasamos a detallar:

CANTIDAD	ESPECIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
320	Puertas interiores de madera barnizada con molduras y herrajes de latón	20.000
50	Puertas acorazadas con cerco metálico, hoja blindada y cerradura de seguridad.	150.000
		<hr/>
		13.900.000
	IVA (16%)	2.224.120
	TRANSPORTE Y DESCARGA	32.000
		<hr/>
	TOTAL	16.156.120 pts.

El plazo de entrega tendrá como fecha tope el día 15 de junio del año en curso; el envío se hará por transportes "La veloz" con la descarga de la mercancía incluida; el pago mediante tres letras con vencimiento a 90 días a partir de la fecha de recepción.

Agradecemos su atención y esperamos sus gratas noticias, mientras tanto reciban nuestros saludos cordiales,

Álvaro Llamazares

Al comparar la información recogida en la tabla y al visualizar los ejemplos extraídos de los materiales didácticos que constituye el corpus del presente trabajo, podemos concluir que a pesar de las similitudes obvias entre los dos manuales, es necesario subrayar las diferencias que, en nuestra opinión, se basan en las diferencias que existen entre la enseñanza del español comercial en España y Rusia, sus tradiciones y tendencias actuales.

En primer lugar, nos gustaría destacar, que el manual El curso de los negocios en español de Olga Kalustova forma parte del material de estudios en la Facultad de traducción e interpretación en la Universidad Estatal Lingüística de Piatigorsk (Rusia), una de las pocas universidades lingüísticas con una larga tradición en la enseñanza del español y la actividad docente dinámica y variada.

Este libro se estudia en el 4º (penúltimo) y 5º (último) cursos de la licenciatura Traducción e Interpretación en el marco de la asignatura "Traducción del español", cuando los estudiantes ya disponen de los conocimientos sólidos de la gramática, el léxico, la fonética y la sintaxis., por eso algunas partes de este libro se omiten en el proceso de la enseñanza. Es lógico que un estudiante ruso debe no sólo conocer las reglas de todos los niveles del español, sino también los exponentes culturales, sea en el ámbito oral o escrito. Eso incluye los factores extralingüísticos siguientes: los costumbres, el ritmo de trabajo establecido y las peculiaridades de la vida laboral en un país hispanohablante con el que se mantiene comunicación. En la parte oral hay muchas más características de la comunicación no verbal que hay que tener en cuenta, tales como los gestos, el comportamiento, las costumbres relacionadas con la comida, etc. Algunos de estos aspectos se explican muy bien en este manual y esto le hace muy útil para los futuros traductores e intérpretes.

El otro libro analizado, La comunicación escrita en la empresa de Josefa Gómez de Enterría y Sánchez forma parte de la Colección Español de los Negocios, iniciativa de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y la editorial Arco/Libros. La colección pretende contribuir a la creación y edición de materiales para la enseñanza y el aprendizaje del español de los negocios y ayudar a la preparación de los candidatos a los Exámenes de Español de los Negocios (antes Español Comercial), que proporciona la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

La colección “Español de los Negocios” está formada por seis volúmenes destinados a la práctica de diversas manifestaciones de la lengua española en el ámbito de la empresa y los negocios. Los volúmenes tienen un contenido eminentemente práctico, con predominio de ejercicios, actividades y simulaciones sobre los contenidos teóricos (<http://www.camaramadrid.es/index.php?elem=513>).

Aparte de las características de la colección mencionadas, en nuestra opinión, el manual La comunicación escrita en la empresa de Josefa Gómez de Enterría y Sánchez aporta materiales reales y esto le hace muy valorable para proporcionar los ejemplos de los documentos reales, En este libro podemos encontrar los documentos tales como cupón de pedido, la carta de presentación o de solicitud de empleo, modelos de informe, etc. que son indispensables a la hora de estudiar el proceso de la comunicación durante las gestiones en una empresa comercial española o hispanoamericana. También, nos gustaría destacar que este libro concede importancia tanto al español de España como al de América Latina, que hace este manual muy competitivo y amplía significativamente el círculo de los interesados potenciales.

A base de los enfoques propuestos en el apartado “Competencia comunicativa” del presente trabajo y los ejemplos de los dos manuales comparados, vamos a establecer la interdependencia entre los objetivos de cada manual comparado y los métodos que se utilizan para conseguir los objetivos planteados. Es obvio, que el manual ruso está dirigido a los lingüistas que trabajan en el comercio con los mercados de los países hispanohablantes, por eso el manual, por un lado, está enfocado en la comunicación externa e internacional de la empresa, los sistemas de comercialización en el exterior, transporte de cargos, medios de pago y cobro internacionales, orden de compra, contrato, envase y embalaje, penalización, garantías, reclamaciones, fuerza mayor, arbitraje y trámites aduaneros. Y, por otro lado, se presta mucha atención a la información general sobre los países hispanohablantes tales como: geografía física y económica de diversos países hispanohablantes, la información turística sobre los países hispanohablantes, la gastronomía española, etc.

En nuestra opinión, el objetivo del manual editado en Rusia es desarrollar la capacidad de la competencia comunicativa en las situaciones determinadas, relacionadas solo con la exportación-importación de mercancía y un posible viaje a un país hispanohablante con el objetivo de encontrarse con los socios hispanohablantes.

En cambio, el manual de Josefa Gómez de Enterría y Sánchez abarca las diversas áreas de la comunicación, tanto externa como interna, de la empresa. Nosotros pensamos que esto refleja la tradición española y europea más larga y exhaustiva de la investigación en el área del proceso de la comunicación. Aparte de este enfoque, en el manual español encontramos las recomendaciones para optimizar la comunicación de la empresa, tanto externa como interna y tanto oral como escrita, que lo hace muy valioso para un extranjero que está aprendiendo el español de los negocios, porque así él puede ver todos los procesos de la comunicación y, lo que es muy importante, entenderlos mejor, incluso se explican fallos en el proceso de la comunicación. Por eso se puede suponer que el objetivo del manual español es explicar y mejorar el proceso de la comunicación en diversos ámbitos y las actividades de la empresa. Sin duda, esta visión es más completa si la comparamos con el manual ruso.

Las situaciones comunicativas propuestas en el material español pertenecen a las siguientes áreas: la empresa y el mercado laboral, la gestión en la empresa, la gestión comercial, formación continua en la empresa, la empresa y las entidades financieras, etc.

Nos gustaría destacar, que en el manual español se explican y se proponen los ejemplos de los documentos comerciales reales que requieren el uso de las nuevas tecnologías tales como el programa FacturaPlusProfesional y la correspondencia de la empresa con la banca que normalmente se realiza por Internet. En nuestra opinión, este enfoque es muy importante desde el punto de vista de la competencia comunicativa porque proporciona a un estudiante los conocimientos actuales que forman parte del contexto en que se realiza la comunicación comercial.

Comparando los dos libros, podemos concluir, que es muy aconsejable introducir los materiales editados en España en el proceso de la enseñanza del español comercial en un país no hispanohablante. Aunque los materiales editados en el mismo país donde el español se estudia como lengua extranjera, proporcionan las explicaciones de las diferencias lingüísticas, extralingüísticas, culturales, etc. que existen entre las dos lenguas y esto ayuda mucho a un estudiante extranjero a ampliar sus conocimientos y hacer el proceso de la comunicación más eficaz, los materiales editados en España aportan mucho más ejemplos de los documentos reales que es indispensable para conseguir los objetivos de la comunicación en el ámbito del español comercial.

Proponiendo las mejoras para la enseñanza del español comercial en un país no hispanohablante, en este caso Rusia, podemos formular las siguientes propuestas:

- ✓ proporcionar el enfoque más estructurado, que incluye la presentación más detallada para cada tema del español comercial en concreto;
- ✓ proponer más ejemplos de los documentos reales españoles y hispanoamericanos y los modelos para redactar los dichos documentos, con la explicación de las diferencias que existen entre el español de España y de América Latina;
- ✓ incluir más actividades prácticas para cada tema estudiado;
- ✓ introducir la explicación del proceso de la comunicación, sus elementos, objetivos, etc. y subrayar su importancia en la comunicación interna y externa de la empresa;
- ✓ explicar el papel que está asignado a cada participante del proceso de la comunicación y métodos que permiten aumentar optimizar el proceso de la comunicación;
- ✓ explicar las diferencias que existen entre la comunicación externa y interna de una empresa, que a menudo implica el uso del lenguaje diferente o la forma diferente, oral o escrita;
- ✓ incluir en el proceso de enseñanza los materiales editados en el país hispanohablante, se recomienda en este caso el material editado en España, porque proporciona la información sobre las diferencias que existen entre las variedades geográficas del español, debido a la tendencia actual de pluricentrismo de la lengua española. En el caso si los conocimientos de los estudiantes no son suficientes para el uso de la literatura española, combinar el dicho material con el material redactado en la lengua materna de los estudiantes.

5. Conclusiones.

En el presente trabajo hemos realizado la comparación entre la enseñanza del español con fines comerciales en España y en Rusia. El corpus del trabajo han constituido los siguientes manuales del español comercial: La comunicación escrita en la empresa de Josefa Gómez de Enterría y Sánchez y El curso de los negocios en español de Olga Kalustova, editados en España y Rusia respectivamente.

En los primeros apartados hemos analizado la situación de la demanda creciente de la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera. Sin duda, el español comercial es el área que más interés despierta y que más se ha desarrollado hasta el momento, debido a los factores económicos determinantes y a la presencia de España en la Unión Europea, la mayor potencia comercial del mundo.

Para realizar la comparación que representa el objetivo del presente trabajo hemos elegido la orientación hacia la competencia comunicativa.

La competencia comunicativa es uno de los conceptos más importantes en lingüística aplicada, tanto en el estudio de la adquisición de segundas lenguas como, a un nivel más práctico, en la enseñanza de lenguas. En efecto, la competencia comunicativa es un concepto clave al tratar de responder a las siguientes preguntas:

¿En que consiste adquirir una lengua?

¿Qué conocimientos, capacidades o destrezas se necesitan para hablar una lengua?

¿Cuál es el objetivo de la enseñanza de lenguas? (Sánchez Lobato, 2004: 449).

Al comparar los métodos de la enseñanza del español de negocios en España y en Rusia, hemos precisado y hemos matizado en qué consisten las diferencias principales en la orientación metodológica entre el material ruso y español, basados en la diferencia entre las tradiciones lingüísticas del siglo XX. El análisis de los aspectos más importantes, limitado por la extensión prevista del presente trabajo, nos ha permitido proponer algunas mejoras en la enseñanza del español con fines comerciales en Rusia, en particular, pero, que se pueden aplicar también en otros países no hispanohablantes.

Entre las mejoras propuestas nos gustaría destacar las siguientes:

- ✓ introducir la explicación del proceso de la comunicación, sus elementos, objetivos, etc.
- ✓ explicar el papel que está asignado a cada participante del proceso de la comunicación y métodos que permiten aumentar optimizar el proceso de la comunicación;
- ✓ subrayar la importancia de la eficacia del proceso de la comunicación en la comunicación interna y externa de la empresa;
- ✓ proponer más ejemplos de los documentos comerciales reales, en este caso es recomendable etiquetar las diferencias que existen entre las variedades geográficas del español.

6. Bibliografía.

- Adelstein, Miriam (1973): *La enseñanza del español como idioma extranjero: de la teoría a la práctica*. Madrid: Colección plaza mayor scholar Playor, S.A
- Álvarez, Miriam (2002): *Tipos de escrito IV: Escritos comerciales*. Madrid: Arco/Libros.
- Arsuaga-Guerra, Miguél (2005): *El español del comercio y las finanzas*. Moscu: CheRo.
- Botrel, Jean-François (2006): *El hispanismo hoy y su trascendencia internacional*. Enciclopedia (Anuario 2006-2007). El Instituto Cervantes. Disponible en http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_06-07/pdf/presente_01.pdf [Consultado el 12 de abril de 2010].
- Firsova, N.M.(2002): *El español para los hombres de negocios*. Moscu: Editorial AST.
- Gómez de Enterría y Sanchez, Josefa (2002): *La comunicación escrita en la empresa*. Madrid: Arco/Libros. Colección: Español de los negocios
- Haensch, Gunter (2001): *Español de América y español de Europa* (1ª parte) Panacea@ Vol. 2, nº 6, diciembre, pp. 63-72.
<http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n6_G_Haensch.pdf> [Consultado el 19 de abril de 2010].
- Hymes, Dell (1971): «Competence and performance in linguistic theory». *Acquisition of languages: Models and methods*. Ed. Huxley and E. Ingram. New York: Academic Press.
- Hymes, Dell (1972): *Models of the Interaction of Language and Social Life* en Gumperz, J.J y D.H. Hymes, 1972, pp.35-71.
- Hymes, Dell (1972): «On communicative competence», en J.B. Pride y J.Holmes (eds.), *Sociolinguistics*, Harmondsworth, Penguin: 269-285.
- Kalustova, Olga (2003): *El curso de los negocios en español*. Moscu: Slavyanskiy dom knigi y Kiev: IP Logos.
- López Morales, Humberto (2005) «Presente y futuro de la lengua española», *Revista del Instituto Cervantes*, n.º 7 (noviembre-diciembre de 2005), p. 5.

Martinell Gifre, Emma y Mar Cruz Piñol (1998): *Cuestiones del Español como Lengua Extranjera*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.

Matyash, Olga y Beebe, Steven (2003). *Siberia. Filosofía. Education*. 2003 N7, p. 60-76.

Prieto Peral, Begoña (2002): *El español comercial en 30 días*. Kiev: Metodica.

Sabater, María Lluís (1993): *El español en el mundo de la empresa. Algunas consideraciones didácticas*. Madrid: Didáctica del español como lengua extranjera I, col. Expolingua.

Sánchez Lobato, Jesús (2004): *Vademécum. Para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/ lengua extranjera (LE)*. Sociedad General Española de Librería, S.A.

Shevkún, E y Obrúchnikova, O (2000): *Español: economía y finanzas*. Kiev: Kompas

Zassoursky, Yasen (1996, Julio).) «Presente y futuro del ruso», Journalism education in Russia». Address to the Speech Communication Association Research Colloquium, Moscow, Russia

<http://www.fayerwayer.com/2009/11/espanol-segunda-lengua-materna-en-el-mundo-y-tercera-en-internet/> [Consultado el 10 de febrero de 2010]

<http://www.icann.org/tr/spanish.html> [Consultado el 11 de febrero de 2010]

<http://www.spanish4business.org> [Consultado el 20 de abril de 2010]

<http://www.monografias.com/trabajos10/pl-esp-/pl-esp-.shtml> [Consultado el 22 de abril de 2010]

<http://especiales.elcomerciodigital.com/presidencia-ue/espana-en-instituciones-europeas.html>
[Consultado el 26 de abril de 2010]

<http://www.aesla.uji.es> [Consultado el 26 de abril de 2010]

<http://www.camaramadrid.es/index.php?elem=513> [Consultado el 26 de abril de 2010]

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0071-17132001003600010&script=sci_arttext#hymes71
[Consultado el 27 de abril de 2010]

<http://www.mfsgs-sng.org/eng/> [Consultado el 29 de mayo de 2010]

<http://es.wikipedia.org/wiki/CEI> [Consultado el 30 de mayo de 2010]

<http://www.enotes.com/contemporary-literary-criticism/bakhtin-mikhail> [Consultado el 30 de mayo de 2010]

<http://lengua.laguia2000.com/historia-de-la-linguistica/roman-jakobson> [Consultado el 30 de mayo de 2010]

http://es.wikipedia.org/wiki/Roman_Jakobson [Consultado el 30 de mayo de 2010]

<http://www.monografias.com/trabajos14/vigotsky/vigotsky.shtml> [Consultado el 30 de mayo de 2010]

<http://www.camaramadrid.es/index.php?elem=513> [Consultado el 5 de junio de 2010].