

Furió Blasco. E., Alonso Pérez. M., Marti, L. y Blanco Callejo, M. (2016). *El español en entornos profesionales. Empresas, mercados, cultura.* Madrid: Edinumen, 151 páginas, ISBN: 978-84-9848-675-9



José María Cuenca Montesino
Université de Poitiers. Francia
jmcuencamontesino@gmail.com

Reseña

Editorial Edinumen publica un manual de español para fines específicos en el ámbito de ENE (español de los negocios) titulado «El español en entornos profesionales. Empresas. Mercados. Cultura».

Esta publicación aparece en un momento particularmente interesante de la didáctica de ENE por la urgente necesidad docente de contar con manuales que aporten materiales actuales capaces de satisfacer las exigencias interdisciplinarias inherentes al ámbito de las lenguas para fines profesionales.

El manual se dirige a aprendientes que se encuentran tanto en formación inicial como en formación continua. Dicho público objetivo se caracteriza por necesitar el español con una finalidad eminentemente profesional puesto que el contexto en el que va a desempeñar su trabajo (o en el que ya lo está desempeñando) se halla directamente vinculado con la realidad empresarial española. Por otro lado, no cabe duda de que, por las razones que acabamos de evocar, dicho público muestra también un marcado interés por los mercados hispanohablantes, pues todos tienen la lengua española como elemento vehicular común. Así pues, el manual está pensado para aprendientes de la enseñanza superior que están cursando estudios relacionados con el ámbito empresarial, o bien para aprendientes dentro del ámbito del ALV (Aprendizaje a lo Largo de la Vida).

Debido a las características del público al que va dirigido el manual, se entiende que los aprendientes cuentan ya con cierto grado de autonomía en español como lengua extranjera; de ahí que el nivel de lengua recomendado para empezar a trabajar con este manual sea el nivel B1.2 del MCERL. No en vano, los contenidos presentes en él permiten perfectamente su explotación pedagógica con niveles superiores (B2, C1 y C2).

El manual, planteado desde el paradigma comunicativo, pasa revista en sus 151 páginas a distintos ámbitos de los sectores secundario y terciario de actividad empresarial españoles. Se compone de nueve unidades completamente independientes unas de otras; cada unidad se presenta como una especie de estudio de caso (Melià Hotel International, Chocolate Valor, Abertis, Zeltia, Real Madrid, Avanzare, El Corte Inglés, Indra y Ferrovial) que va a facilitarle al aprendiente una progresión competencial en espiral gracias a una arquitectura regular que favorece un equilibrado tratamiento de la realidad empresarial española y de los objetivos que cada unidad persigue. Las empresas seleccionadas tienen el interés de atraer la atención de un público joven, dinámico, interesado por las nuevas tecnologías, el deporte y la idiosincrasia española.

Como acabamos de apuntar, el esquema de cada unidad es recurrente. En primer lugar aparece un documento escrito que le permitirá al aprendiente contextualizar la empresa objeto de estudio con respecto a su sector de actividad o bien con respecto al entorno económico y social en el que esta surge. En segundo lugar se propone la rúbrica «**Opinión experta**» en la que, gracias a otro documento escrito, se le van a aportar al aprendiente datos concretos relativos al sector de actividad empresarial de la empresa que se está analizando. A continuación aparece la rúbrica «**La empresa**», configurada por dos documentos escritos que le aportarán al aprendiente información clave sobre la empresa objeto de estudio en tanto que persona jurídica como, por ejemplo, información sobre sus orígenes, el devenir de la empresa a lo largo y ancho de su historia personal, su actividad empresarial, sus perspectivas de futuro, etc. Seguidamente encontramos la rúbrica «**En pantalla**» gracias a la cual el aprendiente va a ir ampliando información relativa a la empresa mediante un vídeo corporativo que se encuentra disponible en la extensión digital del manual; dicho vídeo le permitirá al aprendiente desarrollar estrategias de comprensión oral, ya sea en autonomía de forma asíncrona, ya sea en el aula. Después se propone la rúbrica «**Interculturalidad**» que, mediante dos documentos escritos, le permitirán al aprendiente desarrollar las competencias cultural e intercultural en el ámbito empresarial español. Por último, la rúbrica «**Recursos gramaticales**» le permitirá al aprendiente retomar aspectos gramaticales y léxico funcional que deberán ser dominados para facilitarle una progresión óptima.

El interés que presenta el manual publicado por Edinumen radica, en primer lugar, en el tratamiento que reciben las competencias de producción y de recepción en cada una de las nueve unidades que lo configuran, puesto que las estrategias que el aprendiente va a ir movilizando en cada unidad estarán al servicio unas de otras de forma inteligente. En segundo lugar, cabe destacar el tratamiento que se le da al léxico de especialidad, contextualizado, denso y altamente significativo para el aprendiente de ENE, que le permitirá reconocer y aplicar conceptos clave de su formación universitaria o de su propia realidad profesional. En tercer lugar, destacaremos la importancia que se le concede a lo largo del manual a la producción oral en interacción, lo que facilitará la

apropiación contextualizada de la lengua. Por último, cabe resaltar el material audiovisual puesto a disposición del aprendiente en la plataforma digital ELETECA, una serie de vídeos actuales y auténticos incluidos en un entorno virtual de aprendizaje (moodle) que le permitirán, una vez conectado a la plataforma, adquirir la lengua en un contexto multimodal y, a su vez, afianzar sus propias competencias digitales.

A rellenar por el consejo editorial de redELE:

Fecha de recepción 19/04/2016

Fecha de aceptación: 27/04/2016