

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
DEPARTAMENTO DE FILOLOGIA FRANCESA

Las lenguas francesa y española aplicadas al mundo de la empresa

Actas del Encuentro Internacional celebrado
en la Universidad de Zaragoza
los días 24, 25 y 26 de octubre de 1991

Editadas por

Fidel Corcuera Manso y Antonio Domínguez Domínguez



ZARAGOZA
Universidad de Zaragoza
Departamento de Filología Francesa
1993

<i>Presentación</i>	5
<i>Ponencias y Comunicaciones</i>	11
<i>Sobre objetivos y contenido de la enseñanza del F.L.E. en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales</i> José A. Gallegos Rosillo	13
<i>Le Français des affaires dans le cadre de l'École Universitaire d'études de gestion des entreprises</i> Danielle Dubroca	35
<i>Quelles connaissances pour l'étudiant? Expérience en I.U.T.</i> Michel Vert	43
<i>Los Idiomas en las enseñanzas mercantiles en España: entre la política comercial y la política educativa</i> Jorge Infante Díaz	47
<i>La (les) langue(s) appliquée(s): Une affaire de communication, une question d'image</i> Jean-Raymond Lanot	57
<i>Aproximación al francés de especialidad: Aspectos teórico-prácticos</i> María Amparo Olivares Pardo	67
<i>L'Argumentation dans la communication professionnelle</i> Angela Flores García	77
<i>La langue dans l'entreprise. Les enjeux du discours: La relation Université-Entreprise, vers un partenariat d'un type nouveau</i> Aloïs Schumacher	85
<i>Lengua de la Empresa y sistema de la Lengua</i> M. Resano	97
<i>Le Style des affaire: Caractéristiques et objectifs</i> Asunción Valero Gancedo	109
<i>Le Français, langue de spécialité concernant le cadre des affaires: Problèmes de dénomination</i> Pilar Clúa Albasa	115
<i>Le Français commercial, langue de spécialité et des affaires. Prolégomènes à une description spécifique</i> Pedro Lacámara	123
<i>Examen comparatif de la presse économique française et espagnole</i> Jean-Pierre Castellani	133
<i>"Asterix en Hispania" o la difícil empresa de traducir el humor</i> Antonio Gaspar Galán	171
<i>Las relaciones España-Francia en materia de educación superior</i> Fidel Corcuera Manso	187

PRESENTACION

El Departamento de Filología Francesa de la Universidad de Zaragoza, a través de su presencia en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Zaragoza, ha organizado a lo largo de cuatro apretados días, del 23 al 26 de octubre de 1991, unos Encuentros cuyo eje conector ha sido la vinculación entre la enseñanza y el aprendizaje de las lenguas y su aplicación en el mundo de la gestión y de la actuación empresarial.

Estos Encuentros han contado con una importante participación de profesores de Universidades españolas y francesas, y también de estudiantes. Los convenios de colaboración firmados por la Universidad de Zaragoza, y la propia relación efectiva del Departamento de Filología Francesa, tanto a partir de esos convenios como en el marco de programas europeos con no pocas Universidades francesas, como es el caso de Toulouse-le-Mirail, Nantes, Tours, Paris XII y III, Saint-Etienne, Lyon, Grenoble o Montpellier, han facilitado enormemente la organización de los propios Encuentros, su carácter internacional, al igual que el alto rendimiento conseguido en las comunicaciones y posteriores coloquios.

El acto de cierre y clausura de estos Encuentros ha constituido un particular aliciente. En efecto, la realización de una mesa redonda en la que han participado representantes de organizaciones empresariales y de empresas, ha permitido descender al nivel de la realidad contractual más tangente, y debatir con los propios empresarios cuál es la importancia que la empresa otorga al conocimiento y práctica adecuada de lenguas extranjeras por parte de su personal, cuál es el valor añadido que el conocimiento de lenguas supone en el curriculum de un candidato a ser contratado, cuáles son las necesidades específicas que en cada tipo de empresa existen en materia de destrezas lingüísticas... En definitiva se puede comprobar la importancia real que en el mercado del trabajo se atribuye a la capacidad de comprender

y de expresarse en lenguas otras que la propia, y, de paso el papel que el francés y el español ocupan en ese ámbito.

Hoy en día todo el mundo reconoce la importancia de poseer la capacidad de comunicarse en distintas lenguas, en un momento en que, merced al increíble desarrollo de los medios de comunicación y de locomoción, las distancias disminuyen hasta hacerse inexistentes en muchos casos (pensemos en las videoconferencias), y en que el espacio continental en que nos movemos se transforma en un mosaico de piezas no demasiado grandes con unas líneas de delimitación cada vez menos claramente perceptibles. Desplazarse de Madrid a Berlín, o de Zaragoza a Londres puede ser mucho más rápido que hacerlo de Sevilla a Cádiz o de Santiago a Oviedo. La relatividad de las distancias es ahora más cierta que nunca. Y si este fenómeno se percibe así por parte del ciudadano individual, el mundo de la empresa y de los negocios, dinámico y dinamizador por su propia naturaleza, lo experimenta aún con mayor intensidad.

La Comisión europea, que desde 1989 concede una importancia prioritaria a las acciones en materia de educación y formación, reconoce la importancia que la superación de las barreras lingüísticas tiene en la conformación de un verdadero espacio europeo y en todo proyecto de carácter transnacional. Por ello se lanza ese mismo año un ambicioso proyecto, precedido por el éxito y la experiencia acumulada en el programa Erasmus, cuyo objetivo es el de promover la mejora cuantitativa y cualitativa del conocimiento de las lenguas extranjeras por parte de todos los ciudadanos de la Comunidad. Este proyecto contempla, en su Acción III, medidas destinadas a promover el conocimiento y la utilización de lenguas extranjeras en las relaciones profesionales y en la vida económica. Se ha dicho, y sin duda no sin razón, que los *analfabetos* del año dos mil serán aquellos que no sean capaces de expresarse más que en su propia lengua materna.

Ciertamente, enseñar y aprender una lengua con una finalidad de comunicación en el ámbito de la gestión empresarial, de la administración comercial o de los negocios, implica la adquisición de unas destrezas de terminadas que, más allá del léxico o de estructuras sintácticas específicas, sumergen al individuo en una cultura, en una civilización, que las explica y les da su auténtico sentido, porque cada lengua establece una particular relación irrepetible con la fibra intelectual de los individuos que la hablan como lengua materna.

Este libro recoge las aportaciones más elaboradas de estos Primeros Encuentros sobre el francés y el español como lenguas aplicadas al mundo de

la empresa, aunque otras muchas han sido también objeto de coloquio y debate. Las comunicaciones se realizan fundamentalmente en cinco niveles.

Por una parte se plantea la enseñanza del francés, como lengua extranjera en las Escuelas Universitarias españolas de Estudios Empresariales o en los Instituts Universitaires de Technologie, estudiando su particularidad, como es el caso de las comunicaciones *Sobre objetivos y contenidos de la enseñanza del F.L.E., Le Français des affaires dans le cadre de l'École Universitaire d'Études de Gestion des Entreprises* y *Quelles connaissances pour l'étudiant? Expérience en I.U.T.*, o su historia, como ocurre en el trabajo sobre *Los idiomas en las enseñanzas mercantiles en España*.

Por otra parte se considera la lengua como lengua de especialidad, ya sea en el marco de las lenguas aplicadas, en el caso de *La (les) langue(s) appliquée(s): une affaire de communication, une question d'image*, desde una perspectiva de reflexión teórica y pedagógica, como ocurre en *Aproximación al francés de especialidad: aspectos teórico-prácticos*, o desde la moderna teoría de la argumentación en *L'argumentation dans la communication professionnelle*.

Otras comunicaciones inciden de manera más precisa en la especificidad del francés como lengua de los negocios y de la empresa, a través de trabajos como *La langue dans l'entreprise. Les enjeux du discours*, o *Lengua de empresa y sistema de la lengua*, también *Le style des affaires: caractéristiques et objectifs*, así como *Le français, langue de spécialité concernant le cadre des affaires*, o también *Le français commercial, langue de spécialité et des affaires. Prolégomènes à une description spécifique*.

Algunos trabajos inciden más concretamente en la utilización de un determinado tipo de material en la enseñanza del francés y del español con fines específicos, como es el caso del *Examen comparatif de la presse économique française et espagnole*.

El ámbito de la traducción también encuentra su lugar en un trabajo en el que se plantea su dificultad y lo difuso de los límites que pueden existir entre la traducción propiamente dicha y la adaptación, «*Asterix in Hispania*» o *la difícil empresa de traducir el humor*.

Finalmente, como dato elocuente y significativo de la importancia de la relación a la que lleva la vecindad y la proximidad cultural existente entre