¿Qué textos escritos se usan en el ejercicio profesional de comercio exterior en China? Análisis de necesidades para la enseñanza-aprendizaje de ELE

HONG ZHAI
Universidad de Hebei, China
hong.zhai@opendeusto.es
https://orcid.org/0000-0001-9993-8557

MANUELA ÁLVAREZ ÁLVAREZ
Universidad de Deusto, España
manuela.alvarez@deusto.es
https://orcid.org/0000-0003-1187-4857

Resumen

Este artículo se plantea identificar qué tipo de textos escritos se producen o se traducen en el ejercicio profesional de comercio exterior entre China y países hispano hablantes. Desde el enfoque del análisis de necesidades para la enseñanza se realiza un estudio cualitativo en el que a partir de entrevistas semiestructuradas se recoge información a 29 participantes de tres colectivos: docentes de español; docentes disciplinares del comercio exterior, así como empresarios y empleados dedicados al sector comercial. Los resultados proporcionan una imagen detallada de la diversidad y complejidad de usos escritos en español que se manejan en ese contexto profesional: textos de tipo comercial, financiero, jurídico-administrativo y otros de tipo protocolario. Estos hallazgos resultan ser esenciales por sus implicaciones en la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos en comercio exterior en el contexto chino.

Palabras clave

Textos escritos; análisis de necesidades; enseñanza de español como lengua extranjera; lenguas para fines específicos; comercio exterior.

What written texts are used in the professional practice of foreign trade in China? Analysis of needs for the teaching-learning of ELE

Abstract

This article aims to identify what type of written texts are produced or translated in the professional practice of foreign trade between China and Spanish-speaking countries. Based on a needs analysis approach to teaching, a qualitative study is carried out in which, based on semi-structured interviews, information is collected from 29 participants from three groups: Spanish teachers; foreign trade teachers, and businessmen or employees dedicated to the commercial sector. The results provide a detailed image of the diversity and complexity of written uses in Spanish in this professional context: commercial, financial, legal-administrative and other protocol-type texts. These findings are essential for their implications in the teaching-learning of Spanish for specific purposes in foreign trade in the Chinese context.

Keywords

Written texts; needs analysis; teaching Spanish as a foreign language; languages for specific purposes; foreign trade.

Recibido el 16/04/2024

Aceptado el 22/06/2024

Cómo citar/how to cite

Zhai, H. y Álvarez Álvarez, M. (2024). ¿Qué textos escritos se usan en el ejercicio profesional de comercio exterior en China? Análisis de necesidades para la enseñanza-aprendizaje de ELE. *Revista Internacional De Lenguas Extranjeras / International Journal of Foreign Languages*, (21), 47-69. https://doi.org/10.17345/rile21.3833

1. Introducción

En la actualidad, las relaciones comerciales con países latinoamericanos aumentan y se fortalecen cada día más de manera que se están produciendo lazos muy estrechos con China. Esto se pone de relieve con el desarrollo de la iniciativa denominada la Franja y la Ruta para promover relaciones comerciales entre China y regiones latinoamericanas y del Caribe (Zhang y otros, 2021; Chang y otras, 2023).

En este marco, China ha aplicado un conjunto de políticas que promueven reformas importantes en el sistema educativo hacia una enseñanza más ajustada a las necesidades reales de los futuros profesionales, como es el caso concreto del desempeño comercial entre China y los países hispanos (Zhai y Alvarez, 2020; Zhai, 2021). Frente a esta realidad, se detecta una carencia de diseños curriculares y de los convenientes materiales didácticos para una enseñanza del español orientada a los cambios socioeconómicos y políticos (Zhai y Alvarez, 2019; Sun y Zheng, 2021).

Por otra parte, el desarrollo de la traducción con inteligencia artificial (IA) (Tejero López, 2023; Li, 2023) está cambiando la manera de ejercer las profesiones e, incluso, debilitando la barrera del idioma. Frente a estos desafíos, parece urgente la evolución hacia una enseñanza contextualizada, práctica y aplicada en lugar de una enseñanza de la lengua general, más fácilmente reemplazada por IA (Zhang y otros, 2021).

Es aquí donde surge este trabajo que se sitúa en el marco de la enseñanza de Lenguas con Fines Específicos y, en concreto, en la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE) en el contexto profesional del comercio exterior, para cubrir la brecha surgida por la demanda socioeconómica, política y educativa.

En este caso, partiendo de una investigación empírica, el objetivo general de este estudio es identificar las necesidades de uso escrito de ELE con el fin específico de comercio exterior en China. La consecución de este objetivo se plantea a través de los objetivos específicos siguientes: (1) identificar los textos que tienen que escribir las personas en el ejercicio profesional de comercio exterior; (2) determinar los tipos de actividades de traducción que tienen que saber realizar entre profesionales dedicados al comercio entre China y los países hispanohablantes.

2. Marco teórico

2.1 Lenguas para fines específicos (para fines comerciales)

El surgimiento de los estudios de Lenguas para Fines Específicos se origina ante la necesidad de atender la demanda de comunicaciones en lengua inglesa para el intercambio comercial y tecnológico del mundo con los EE.UU. al final de la II Guerra Mundial; también, en la década de los sesenta del siglo XX, por la crisis del petróleo, el desarrollo del aprendizaje de lenguas con fines comerciales se ve impulsado (Aguirre Beltrán, 1998; Hutchinson y Waters, 1987).

A medida que se desarrollan estos estudios sobre el inglés, surgen los de Español para Fines Específicos (EFE). El español de los negocios recibe un impulso importante a

medida que España se incorpora en la Comunidad Económica Europea (Unión Europea en la actualidad) (Zhai, 2021), ya que la adquisición de lenguas de especialidad se convierte en un elemento relevante para impulsar el desarrollo económico y cambiar los requisitos del mercado laboral (Aguirre Beltrán, 2004).

En esta línea de trabajo, analizar las necesidades del aprendiz desempeña un papel muy importante en el proceso de diseño de los cursos y para indagar sobre esas necesidades comunicativas de la situación meta, destacando lo que delimita Hutchinson y Waters(1987). Munby (1978) presenta un procedimiento detallado que es denominado en inglés Communication Need Processor (CNP). Este procedimiento contiene una serie de preguntas con respecto a las variables comunicativas clave: el contexto, las funciones, las habilidades, las estructuras y los medios comunicativos de la misma situación que permiten identificar las necesidades de cualquier grupo de aprendices (García Mayo, 2000).

2.2 Necesidades comunicativas

El concepto de necesidades se puede concebir desde perspectivas muy diversas como la de la psicología, desde lo social o lo educativo (Doyal y Gough, 1994; Reber, 1985). En este caso, se centra la atención en este concepto desde el ámbito de la enseñanza y aprendizaje de las lenguas extranjeras. El análisis de necesidades (AN) es un componente clave del estudio de las lenguas con fines específicos (LFE) (Dudley-Evans y St. John, 1998; Redondo Márquez, 2020), particularmente desde la fase de análisis de la "situación meta" (Hutchinson y Water, 1987). A partir de plantearse cuál es la situación meta, la enseñanza del uso de la lengua se desarrolla a partir del diseño de cursos enfocados y centrados en las necesidades de aprendizaje de los estudiantes y sus necesidades comunicativas (Chambers, 1980).

Berwick (1989) distingue entre las necesidades percibidas y las sentidas, lo que viene a corresponder a las objetivas y subjetivas, respectivamente. Las primeras en que se sitúa el trabajo se refieren a las necesidades constatadas, identificadas, o comprendidas generalmente por los analistas o profesores. Hutchinson y Waters (1987) distinguen entre necesidades de la situación meta y necesidades de aprendizaje. Las primeras, orientadas al producto, se relacionan con lo que los estudiantes necesitan saber para poder actuar en una situación meta determinada.

En este trabajo interesa lo referido a las necesidades objetivas, las percibidas y de situaciones meta, para cuyo análisis se cuenta con un modelo ampliamente difundido en el campo de la didáctica de lenguas extranjeras (Zhai, 2021). Se analizan las necesidades de uso escrito de la lengua española para el desempeño profesional de comercio exterior a partir de entrevistas a informantes profesionales de este sector o implicados en su formación.

2.3 Actividades de la lengua y textos

Siguiendo el planteamiento establecido en el *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación* (2002) dos conceptos clave para este

estudio son el de "actividades de lengua" y el de "textos". Se entienden por actividades de la lengua aquellas que se realizan cuando se hace uso de la lengua en cualquiera de las maneras posibles, es decir, actividades que comprenden procesos de expresión o de comprensión, de interacción y de mediación. Cada una de estas actividades según el tipo de proceso comunicativo que se lleva a cabo se materializan en textos orales o escritos (MCER, 2002)

En las actividades de expresión escrita, "el usuario de la lengua produce, como autor, un texto escrito que es leído por uno o más lectores. Algunos ejemplos son los siguientes: escribir informes, cartas de negocios, etc." (MCER, 2002: 61). Y las actividades de mediación escrita son aquellas que posibilitan la comunicación entre personas que no pueden, por la razón que sea, comunicarse directamente; la comunicación se realiza por la vía de la traducción escrita (MCER, 2002).

En relación directa con lo anterior, en esta investigación se utiliza el término de texto para "referirse a cualquier fragmento de lengua [...] o una pieza escrita, que los usuarios o alumnos [...] producen". Además, estos textos se clasifican en diferentes tipos que configuran los diversos géneros según qué relación se establece entre los interlocutores, qué funciones desempeñan en la vida social y con qué propósitos se producen. (MCER, 2002).

3. Metodología

3.1 Los participantes

El total de informantes en este estudio es de 29. El número se determina cuando se llega a la saturación de la información por lo que se mantienen estos 29 informantes como casos ricos y se deja de recoger información (Patton, 1990). Los 29 participantes, cada uno con un código específico, son los que se detallan a continuación:

- 8 docentes de ELE comercio exterior que trabajan en una de las cuatro instituciones que colaboran (el Instituto Politécnico de Ningbo; el Instituto Politécnico de Turismo de Zhejiang; el Instituto Politécnico de Industria y Comercio de Yiwu; y la Universidad de Lenguas Extranjeras de Yuexiu de Zhejiang). De ello, uno es de nacionalidad española frente a los otros 7 que son nativos chinos.
- 9 docentes que imparten enseñanza sobre comercio en alguna de las cuatro instituciones mencionadas;
- Y 12 empresarios/empleados de la provincia de Zhejiang que desarrollan su actividad en los tres sectores con más exportaciones al exterior (sector mecánico y eléctrico, el sector textil y el de productos cotidianos de la industria ligera); cada uno de estos sectores está representado por 4 informantes pertenecientes a empresas de tamaño grande, mediano, pequeño y micro, respectivamente.

3.2 Instrumentos de obtención de los datos y su validación

Los instrumentos para la obtención de datos en esta investigación son entrevistas semiestructuradas a los diferentes colectivos arriba mencionados. Conocer las necesidades comunicativas se considera el punto esencial de partida para un adecuado diseño de la enseñanza de ELE correspondiente a los usos de lengua requeridos para el desempeño del trabajo real.

Esta indagación se aborda desde tres perspectivas complementarias que aportan su visión sobre las necesidades comunicativas escritas y de aprendizaje de uso del ELE comercio exterior y permiten la triangulación de datos (Grix, 2010; Patton, 1990 y Creswell y Plano Clark, 2007). Estas miradas corresponden a tres colectivos implicados en el conocimiento de la profesión por ejercerla (los empresarios/empleados), en el conocimiento de la profesión por enseñarla (los docentes disciplinares de comercio) y el conocimiento del ELE por enseñar esta lengua (docentes de ELE comercio exterior).

De acuerdo con lo que sugiere Hernández Sampieri y otros (2014), se diseñan las preguntas iniciales traducidas al chino por la investigadora para ser validadas por los expertos y se sigue con el proceso de validación lingüística que plantea Guillemin y otros (1993) y Wild y otros (2005). A continuación, se presenta la Guía de preguntas validada tanto en chino como en español.

Guía de entrevista sobre los usos escritos del español en el contexto de comercio exterior. Preguntas a los tres colectivos

Fecha: Hora:
Lugar (ciudad y lugar específico): .....
Entrevistadora: .....

Entrevistado(a):
Nombre y apellidos:
Edad:
Puesto:
Departamento:
División:

Preguntas para los tres colectivos 三组受访者的问题

1. 外贸从业者必须写什么文本¿Qué actividades/textos tienen que escribir las personas que se dedican al comercio exterior?
2. 哪些文本用于公司内部¿Qué textos son para el uso interno de la empresa?
3. 哪些文本用于和其他西语公司交流？ Y ¿qué textos son para el intercambio con otras empresas de habla hispana?

4. 您认为在专业人士中需要掌握哪些类型的笔头翻译活动？En su opinión, ¿qué tipo de actividades de traducción tienen que saber realizar entre profesionales?
5. 您还有其他补充的吗 ¿Algo que añadir?

Observaciones:

3.3 Procedimiento de análisis

El procedimiento analítico se estructura en dos fases principalmente: 1) la aplicación de las entrevistas a la muestra predeterminada de los tres colectivos de informantes. 2) el análisis de las entrevistas realizadas.

La propia investigadora lleva a cabo las entrevistas semiestructuradas después de concretar el lugar y el tiempo disponible con los informantes (Zhai y Jin, 2024). Una vez que terminada cada entrevista, se rellena el formulario diseñado para la ocasión en el que se registra las informaciones básicas como la fecha, la duración de la entrevista, el idioma que se utiliza, etc. A cada informante se le atribuye un código para su identificación y, a la vez, mantener su anominato. Después de capturar y registrar toda la información adecuadamente, se realiza la transcripción. A continuación, se llevan a cabo lecturas reiteradas para codificar, recodificar y categorizar las unidades a partir de la lista de categorías conceptuales iniciales que se crea (Serbia, 2007) (véase Tabla 1). Finalmente, se recurre al software de análisis cualitativo ATLAS.ti (Scientific Software Development GmbH, 2018).

Tabla 1. Lista preliminar de dimensiones y categorías

Parámetros/ dimensiones	**Categorías**
Usos o actividades escritas	Intercambios entre empresas (uso/no uso de TICs)
	Intercambios dentro de la empresa (uso/no uso de TICs)
Actividades de mediación	Actividades de traducción

Se sigue el procedimiento metodológico de análisis de datos (Miles y Huberman, 1994; Creswell, 2009; Fernando Nuñez, 2006) concretando los códigos/testimonios iniciales correspondientes a los documentos a través de un "conteo" para identificar los temas y patrones de las entrevistas.

Al final, se elabora un corpus de parámetros, categorías, subcategorías y códigos que permiten identificar y caracterizar todo un repertorio de necesidades comunicativas escritas y de aprendizaje en relación con el manejo del español en el contexto profesional de comercio exterior en el marco de actividades comerciales entre China y los países hispanohablantes. La propuesta de enseñanza de ELE de usos escritos de lengua resultante de esta investigación se organiza por tipos de usos o actividades: usos escritos y usos de mediación de traducción.

4. Resultados y discusiones

4.1 Necesidades comunicativas referidas a los textos escritos

En este apartado se presentan, en primer lugar, las actividades de lengua escritas que según el colectivo de docentes de español han de ser capaces de producir quienes se dedican a la profesión de comercio exterior. La categorización de estos testimonios se recoge en la siguiente tabla.

Tabla 2. Actividades de lengua escritas según los docentes de español

Actividades de lengua escritas	**Tipos**
Categoría	**Subcategoría**
Escritos de tipo comercial	• **Nota y textos de mensaje instantáneo:** mensajes breves vía teléfono móvil mensajes breves vía aplicación: WeChat, WhatsApp, QQ, Facebook • **Cartas comerciales/email/faxes comerciales/envío internacional sobre:** consulta de precio oferta de productos contraoferta aceptación del precio pedido envío internacional de muestras/documentos originales de comercio
Escritos de tipo administrativo	Contratos Documentos declaración de aduana: - lista de empaque
Escritos de difusión de productos, presentaciones o instrucciones de uso	Catálogos Descripciones de productos Instrucciones de uso

De acuerdo con el pensamiento de los docentes de español, las actividades de lengua escritas que se producen en el ejercicio profesional de comercio exterior son textos muy diversos y heterogéneos según criterios de extensión, grado de formalidad, lenguaje más o menos especializado, etc. Estos se agrupan en tres tipos bien diferenciados: uno corresponde a las comunicaciones de tipo comercial, habitualmente en formato de carta o mensaje breve; un segundo, a los documentos administrativos entre los que se testimonian contratos y documentos aduaneros; y, finalmente, un tercer tipo, en el que se recogen escritos referidos a los productos que se comercializan, bien sean catálogos, descripciones de productos o instrucciones de sus usos.

Para el colectivo de docentes de comercio, el número de actividades de lengua escritas es mayor sobre todo en el ámbito de los escritos comerciales y de los documentos aduaneros tal y como puede verse en la siguiente tabla que presenta la categorización de los testimonios recogidos.

Tabla 3. Actividades de lengua escritas según los docentes de comercio

Usos por escrito	**Textos**
Categoría	**Subcategoría**
Escritos de tipo comercial	**• Cartas comerciales/email/ faxes comerciales sobre:** consulta de precio oferta de productos contraoferta aceptación de precio pedido establecimiento de relación comercial **• Documentos financieros** - Letra de cambio - Carta de crédito
Escritos de tipo administrativo	**Contrato: términos de precio según INCOTERM** **Documentos administrativos para la declaración de aduana** - factura proforma - lista de empaque - póliza de seguro - lista de declaración de la aduana - lista de embarque - certificado de origen
Escritos de difusión de productos, presentaciones o instrucciones de uso	Catálogos Descripciones de productos y empresas Instrucciones de uso
Escritos protocolarios	Invitaciones

Este colectivo de docentes de comercio amplía las actividades de lengua escritas que se manejan en el ejercicio profesional de comercio exterior, sobre todo en lo referido a los documentos que se emplean en la tramitación aduanera para la exportación de productos. También se atestiguan documentos de tipo financiero, como las letras de cambio o las cartas de crédito, no mencionados por los docentes de español. Y lo mismo sucede con un tipo de escrito, no referido por los docentes de español, de tipo protocolario en las relaciones comerciales, como pueden ser las invitaciones.

El colectivo de empresarios/empleados viene a resaltar la variedad de textos que veíamos anteriormente cuando se hacía mención al pensamiento de los docentes de comercio. Quizás, como elemento diferenciador, llama la atención la mención reiterada a textos escritos que están pensados para la comunicación con el cliente en temas no estrictamente de negocio o comerciales. Nos referimos a textos protocolarios como invitaciones, felicitaciones o a textos que puedan describir lugares turísticos u otras actividades de ocio. En la tabla siguiente se recogen tales actividades de lengua escritas.

Como se ha podido ver, se muestran diferencias respecto a las actividades de lengua escritas que se realizan en el ejercicio profesional de comercio exterior según el pensamiento de los tres colectivos de informantes.

Tabla 4. Actividades de lengua escritas según los empresarios/empleados

Usos por escrito	**Textos**
Categoría	**Subcategoría**
Escritos de tipo comercial	• **Cartas comerciales/emails sobre:** promoción de productos oferta de productos consulta de precio forma de pago fecha de entrega pedido reclamación del cliente establecimiento de relaciones comerciales • **Notas y textos de mensaje instantáneo:** Mensajes breves, avisos vía aplicación: WeChat, WhatsApp, Skype, Dingding, etc. • Documentos financieros - Flujo bancario
Escritos de tipo administrativo	Contrato (términos específicos de productos y de comercio) Acuerdo de agencia Formularios de postventa **Documentos administrativos para declaración de aduana:** - factura - lista de empaque - lista de declaración de la aduana - conocimiento de embarque - certificado de origen - licencia de importación - certificado de valor de mercancía
Escritos de presentación	Descripciones de productos y empresas Descripciones de lugares turísticos, fiestas, folklore
Escritos protocolarios	• Invitaciones • Felicitaciones (cumpleaños, fiestas)

Cabe destacar que son los docentes de español quienes manifiestan tener una visión más exigua de estos usos de lengua. Para ellos, la producción de textos escritos se concreta esencialmente en cartas comerciales, notas y mensajes breves, contratos y textos de difusión de productos (catálogos), instrucciones para su uso o descripciones para su presentación.

Por el contrario, los otros dos colectivos ofrecen una visión semejante de la variedad de actividades de lengua escritas que el ejercicio profesional de comercio exterior demanda. A través de estas actividades se manifiesta una panorámica más compleja de las exigencias idiomáticas, en este caso del español. Como elemento diferenciador entre los dos colectivos, cabe decir que es el colectivo de empresarios/empleados el que manifiesta un mayor número de actividades diferentes dentro de los escritos de tipo comercial, pero, sobre todo, dentro de los documentos administrativos de aduana

requeridos para la exportación. También, este colectivo pone, como decíamos más arriba, especial énfasis en los escritos de comunicación más protocolaria como invitaciones y felicitaciones. Se trata de actividades muy diversas y también de diferente grado de complejidad tanto lingüística como discursiva.

El resultado de los análisis anteriores pone de manifiesto unas necesidades comunicativas y de aprendizaje referidas a la lengua escrita que requieren un alto dominio del español. Del conjunto de las aportaciones de los tres colectivos se extraen las actividades escritas que se recogen en la siguiente tabla.

Tabla 5. Actividades de lengua escritas según los tres colectivos

Actividades de lenguas escritas	
Escritos de tipo comercial	• **Cartas /emails/faxes comerciales sobre** promoción de productos oferta de productos contraoferta aceptación del precio consulta de precio pedido reclamación del cliente establecimiento de relaciones comerciales envío internacional de muestras • **Nota, avisos y textos de mensaje instantáneo:** mensajes breves vía teléfono móvil mensajes breves vía aplicación: WeChat, WhatsApp, Skype, Facebook, QQ, Dingding • **Documentos financieros** Flujo bancario Letra de cambio Carta de crédito
Escritos de tipo administrativo	• **Contrato**: términos de precio según INCOTERM Acuerdo de agencia Formularios postventa • **Documentos para la declaración de aduana:** Factura Lista de empaque Póliza de seguro Conocimiento de embarque Certificado de origen Lista de declaración de la aduana Licencia de importación Certificado de valor de mercancía
Escritos de difusión de productos, instrucciones de uso o presentaciones	• Catálogos • Instrucciones de uso • Descripciones de productos, empresas; Descripciones de lugares turísticos, fiestas y folklore.
Escritos protocolarios	• Invitaciones • Felicitaciones de fiestas, cumpleaños

En fin, como puede verse en la tabla anterior, se trata de actividades escritas muy diversas que demandan conocer el discurso de la descripción y la exposición, el discurso de la difusión y marketing de los productos para su mejor comercialización, el discurso protocolario y como eje central el discurso especializado propio de los documentos comerciales y de los documentos legales o administrativos. Una variedad de discursos que, desde la perspectiva de la producción, el profesional de comercio exterior debe ser capaz de manejar para hacer frente a un desarrollo comercial altamente competitivo.

4.2 Necesidades comunicativas referidas a la mediación escrita

Este apartado se ocupa de las actividades de lengua que, según los tres colectivos de informantes, hacen posible la comunicación entre personas que no pueden comunicarse entre sí y que necesitan de la mediación escrita entre profesionales de comercio exterior chinos e hispanohablantes.

En primer lugar, se analizan los testimonios de los docentes de español. Prácticamente todos manifiestan actividades de mediación escrita, mencionando actividades de traducción literal o directa de documentos de muy diverso tipo. La categorización de estos testimonios se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 6. Actividades de mediación escritas según el colectivo de docentes de español

Dimensión-Actividades de lengua de mediación escrita	
Categoría	**Subcategoría**
Actividades de mediación escrita	• Traducción literal/directa: Escritos de tipo comercial: - Cartas comerciales sobre ofertas de productos **Escritos de tipo administrativo** - Contrato - Escritos legales para la declaración de aduana: - factura - lista de empaque **Escritos de difusión de productos, instrucciones de uso o presentaciones** - Manuales de instrucciones - Catálogos - Descripciones de productos, empresa, proceso de exportación **Escritos protocolarios** - Cartas de invitación

Como puede verse en la tabla anterior, las actividades apuntadas configuran una imagen muy general de los usos de lengua escritos que se producen en el ejercicio profesional de comercio exterior con hispanohablantes.

Siguiendo el mismo orden que hasta el momento, se sigue analizando las actividades de mediación escritas según los docentes de comercio. Después de la categorización de los testimonios se obtienen las actividades de traducción que, según este colectivo, se llevan a cabo en el ejercicio profesional. Quedan expuestas en la siguiente tabla.

Tabla 7. Actividades de mediación escrita según los docentes de comercio

Dimensión-Actividades de lengua de mediación escrita	
Categoría	**Subcategoría**
Actividades de mediación escrita	• **Traducción literal:** Escritos de tipo comercial - Cartas: pedido, consulta de precios - Documentos financieros: carta de crédito Escritos de tipo administrativo - Contrato: cláusulas - Normas del sector - Documentos para declaración aduana: - factura - póliza de Seguro - certificado de origen - conocimiento de embarque - certificado de inspección de calidad Escritos de difusión de productos, instrucciones de uso, presentaciones - Catálogos - Manuales de instrucción - Descripciones de productos, proceso de exportación (términos específicos), procedimiento de fabricación (términos específicos). - Descripciones sobre vida cotidiana y situación política y económica del país

Los tipos de textos que se traducen según el colectivo de docentes de comercio vienen a coincidir, en líneas generales, con lo que testimonian los docentes de español. Ambos colectivos ponen el foco de atención en la documentación de tipo legal o administrativo, sobre todo aquella que se refiere a la exigida para la tramitación aduanera de la exportación. También están muy presentes los textos que giran en torno a los productos y su difusión como descripciones, catálogos, manuales de instrucciones o la traducción de términos específicos de la fabricación de productos o del proceso de exportación.

En el ámbito de la traducción, sin embargo, y en lo que respecta al pensamiento de estos dos colectivos no están tan presentes los textos escritos referidos al seguimiento de la comercialización de los productos (como las cartas con finalidades diferentes como oferta de productos, consulta de precios, contraoferta, aceptación de precio, consultas, etc. que veíamos en las actividades de lengua escritas) o a los documentos de tipo protocolario.

Finalmente, según el colectivo de empresarios/empleados las actividades de traducción que se llevan cabo en su ejercicio profesional quedan recogidas en la siguiente tabla.

Tabla 8. Actividades de mediación escrita según los empresarios/empleados

Dimensión-Actividades de lengua de mediación escrita	
Categoría	**Subcategoría**
Actividades de mediación escrita	**• Traducciones literales/directas** **Escritos de tipo comercial:** - Cartas comerciales sobre pedidos (cantidad, términos específicos, abreviaturas) - Cartas de reclamación de la calidad - Carta de oferta de productos - Documentos Financieros: carta de crédito - Avisos **Escritos de tipo administrativo** - Contrato - Certificado de autorización de marcas - Escritos legales para la declaración de aduana: - certificado de protección medioambiental **Escritos de difusión de productos, instrucciones de uso o presentaciones** - Manuales de instrucciones - Prospectos de uso de medicamentos - Catálogos - Descripciones de productos (características, colores, funciones), empresa (cifras; plan anual) - Descripciones sobre la vida cotidiana; conocimientos culturales (costumbres; tabúes; comportamientos; gastronomía) - Programa de viajes **Escritos protocolarios** - Carta de invitación

Como queda reflejado en la tabla anterior, este colectivo hace referencia a un conjunto amplio de actividades de traducción que dibujan diferentes aspectos o momentos de la actividad profesional en comercio exterior. A ello se suma la necesidad de traducir información relativa a cuestiones de la vida cotidiana u otras cuestiones culturales como costumbres, comportamientos, tabúes, etc. por su importancia en el desarrollo de la actividad comercial y de negocio.

Los resultados respecto a las actividades de mediación escritas que se llevan a cabo en el entorno profesional de comercio exterior ponen de manifiesto que, por un lado, hay acuerdo entre los tres colectivos al señalar la traducción literal o directa como la herramienta empleada para la mediación escrita. Pero, por otro lado, un análisis cualitativo detenido muestra que el conjunto de documentos que se traducen según cada colectivo refleja visiones diferentes sobre la variedad y complejidad de esta actividad lingüística.

Así, el colectivo de docentes de comercio, en comparación con los docentes de español, hacen referencia a un mayor número de escritos de tipo administrativo y escritos que tienen como finalidad la presentación de productos o describir el proceso de exportación o fabricación o, incluso, descripciones de la vida cotidiana y de la situación

Tabla 9. Actividades de mediación escritas según los tres colectivos

Actividades de mediación escrita	
Actividades de mediación escrita	**• Traducción literal/directa:** **Escritos de tipo comercial:** - Cartas comerciales sobre ofertas de productos (términos de INCOTERMS) - Cartas de pedido (cantidad, términos específicos, abreviaturas), consulta de precios; carta de reclamación calidad - Avisos - Documentos financieros: carta de crédito **Escritos de tipo administrativo:** - Contrato: cláusulas - Normas del sector - Certificado de autorización de marcas - Escritos legales para la declaración de aduana: - factura - lista de empaque - póliza de seguro - certificado de origen - conocimiento de embarque - certificado de inspección de calidad - certificado de protección medioambiental **Escritos de difusión de productos, instrucciones de uso o presentaciones** - Manuales de instrucciones - Prospectos de uso de medicamentos - Catálogos - Descripciones de productos (características, colores, funciones), empresa (plan anual), proceso de exportación (términos específicos), procedimiento de fabricación (términos específicos) - Presentación de plataforma de venta por internet - Descripciones sobre la vida cotidiana, sobre la situación política y económica del país, sobre aspectos culturales (costumbres, tabúes, comportamientos, gastronomía). - Programa de viajes **Escritos protocolarios** - Invitaciones

económica y política del país. Si la mirada se pone en el colectivo de los empresarios/empleados, se dibuja una panorámica todavía más compleja de los diferentes escritos que la actividad profesional de comercio exterior demanda traducir. Este último colectivo manifiesta con detalle la diversidad de escritos que se traducen: desde escritos que se producen en el marco de las comercialización y venta de productos entre los que destacan las cartas comerciales con diferentes finalidades o los avisos, hasta documentos de tipo financiero (como la carta de crédito); desde variados documentos de tipo administrativo o legal como los contratos o todo el conjunto de documentos para la declaración de la aduana; hasta escritos muy distintos como los de tipo instructivo (manuales de instrucciones), los de difusión (catálogos), los descriptivos y expositivos (productos,

proceso de exportación y de fabricación, aspectos de la vida cotidiana e, incluso, la traducción de la plataforma de venta por internet, última tendencia en la venta internacional) y los de tipo protocolario como las invitaciones.

En el siguiente cuadro, se recogen con detalle cuáles son esas actividades de mediación escrita que el conjunto de los tres colectivos dibuja en torno a la actividad profesional de comercio exterior.

5. Conclusiones

En este trabajo se ha llevado a cabo un análisis pormenorizado de cuáles son los usos de lengua escrita y de mediación también escrita que se producen en el ejercicio profesional del comercio exterior en China según el pensamiento de los tres colectivos de informantes participantes en la investigación. De sus resultados más destacados se configura una imagen detallada del conjunto de textos diversos y complejos que se manejan en ese contexto profesional.

Esa diversidad de los usos escritos en español se ha agrupado en textos de tipo comercial, de tipo financiero o de tipo jurídico-administrativo, además de otros que tienen finalidad protocolaria o son documentos que se utilizan para proporcionar información a los clientes sobre aspectos socioculturales que puedan interesarles en su visita al país como, por ejemplo, descripciones de lugares turísticos.

Los textos de tipo comercial tienen finalidades muy diferentes y formatos también distintos, y se elaboran en razón a la existencia de una relación de negocio. Se han agrupado según si lo que predomina es lo expositivo (hojas de pedidos, factura, catálogos); lo exhortativo, es decir, la finalidad de impulsar al lector a tomar una determinación o un tipo de respuesta (folletos y ofertas de productos; instrucciones); o, finalmente, la combinación de lo expositivo, lo argumentativo o lo exhortativo dependiendo de la variedad de su contenido y la finalidad. Este grupo último estaría conformado por la correspondencia comercial (cartas, faxes y correos electrónicos) como cartas de aceptación y consulta de precios, cartas para la promoción y oferta de productos, para contraofertas, cartas de reclamación, cartas para el envío internacional de muestras, para el establecimientos de relaciones comerciales etc.; también habría que añadir en este grupo las notas, avisos y textos breves de mensajería instantánea a través de aplicaciones como WeChat, WhatsApp, QQ, Facebook, etc., realizados muy a menudo, particularmente en casos urgentes en los que se necesita respuesta inmediata.

Los textos de tipo jurídico-administrativo constituyen otro grupo de textos muy presente en las necesidades comunicativas de los profesionales de comercio exterior según la información proporcionada por los participantes. Entre estos, existen textos en los que predomina lo expositivo como ocurre en las pólizas de seguro, los certificados de origen y de valor de la mercancía, la declaración de valor en la aduana, la licencia de importación o la lista de empaque. Una combinación de secuencias argumentativas, expositivas e, incluso, exhortativas se da en textos como contratos, acuerdo de agencia, formulario postventa, y documentos de transporte como conocimiento de embarque. La mayoría de estos documentos forman parte de los procesos de la declaración de aduana.

A los anteriores tipos de textos hay que añadir los de tipo financiero elaborados en el ámbito comercial como es el caso de las órdenes de pago (letras de cambio, etc.) o las cartas de crédito. Aunque no son frecuentemente mencionados por los informantes, conviene tenerlos presentes también dado que representan otro tipo de usos de español escrito distinto a los anteriores y, por tanto, responden a necesidades de aprendizaje también distinto.

Finalmente, cabe destacar también los textos escritos de tipo protocolario, con exigencias de dominio del español diferentes. Se trata de textos creados para mantener las relaciones sociales en el marco de una relación de negocio entre los que se puede citar las invitaciones o las felicitaciones de fiestas, cumpleaños, etc. Dentro de este grupo se pueden mencionar también otros textos que describen o presentan aspectos socioculturales que pueden interesarle al cliente en su visita a China y que facilitan su estancia en el país.

En relación con los usos de mediación, los informantes se refieren a las actividades de traducción.

En relación con las prácticas de mediación escrita, los resultados más relevantes apuntan a un conjunto diverso de textos demandados para su traducción similar en tipos y variedad a los vistos en el apartado de textos escritos. Lo que se traduce con más frecuencia son también textos de tipo comercial, jurídico-administrativo o textos usados en apoyo a la interacción con los clientes, frente a los textos de tipo financiero y protocolario.

Los textos comerciales identificados por los informantes como objeto de traducción son prácticamente los ya señalados con anterioridad a excepción de las notas y mensajes breves que se realizan habitualmente a través de aplicaciones de mensajería instantánea. En el caso de los de tipo jurídico-administrativo, el listado de textos también es semejante a los ya vistos: pólizas de seguros, contratos y diversos documentos para el comercio exterior y aduanas (certificados de origen, de inspección de calidad, lista de empaque, etc.). Es reseñable, sin embargo, observar que también textos como las normas sectoriales se demandan para su traducción. La mediación escrita a través de la traducción no es muy solicitada para textos financieros o protocolarios. No obstante, llama la atención, por la frecuencia con la que lo mencionan los informantes y los detalles que aportan, un tipo de texto muy traducido en el que predomina lo descriptivo y/o expositivo y que es empleado en apoyo a la interacción con los clientes. Se trata de descripciones de la vida cotidiana, sobre la situaciones política y económica del país, sobre aspectos culturales que pudieran interesar al cliente o su programa de viaje; la descripción de plataformas de venta por internet o presentaciones y/o descripciones de productos, etc.

En definitiva, la mediación en este caso escrita, es una actividad de uso de lengua muy demandada en el desempeño profesional de comercio exterior en el contexto chino estudiado. Recurrir a profesionales con un alto dominio del español es una necesidad en este ámbito de trabajo que viene evidenciado por lo que se traduce: un abanico de textos escritos, que han identificado los informantes como usos de lengua necesarios con el fin específico que nos ocupa. Incluso, se podría decir que cuando se piensa en la mediación escrita a través del español se incorporan nuevos textos o se proporcionan características nuevas sobre los ya identificados.

Esa imagen detallada del conjunto de textos diversos y complejos que se manejan en ese contexto profesional implica un paso más en el conocimiento de la línea de trabajo del español con fines específicos, en concreto, en comercio exterior en un marco, todavía poco conocido, pero en el que emerge un gran interés fomentado por las cada vez más intensas relaciones comerciales entre China y los países de habla hispana.

Pero, además, los hallazgos anteriores resultan ser esenciales por sus implicaciones didácticas. Para los docentes de ELE es imprescindible disponer de un análisis de necesidades para el diseño y la planificación del trabajo en el aula. También, para los docentes y directores académicos que diseñan el currículo formativo, un repertorio de necesidades comunicativas y de aprendizaje permite secuenciar el tipo de texto que se ha de trabajar según su extensión y su nivel de dificultad para acomodarse de manera eficiente al momento formativo en el que se encuentran los destinatarios de los cursos y, en última instancia, garantizar que ningún uso de lengua relevante sea desatendido en las diferentes materias que constituyen la titulación que se cursa. Finalmente, también puede tener implicaciones evidentes en la creación de materiales para enseñanza-aprendizaje del EFE en comercio exterior en China y en la empresa editorial.

Financiación

Esta investigación está financiada por el Fondo del Proyecto de la Investigación Científica de los Docentes del Alto Nivel de la Universidad de Hebei, China (núm. 521100223116): Investigación sobre la construcción del repertorio de recursos didácticos de ELE del comercio exterior: Un estudio de textos orales y escritos basándose en las necesidades comunicativas de usos de la lengua (en chino: 外贸西班牙语教学资源建设研究——基于交际语用需求的口头与笔头文本研究).

Contribución de autoría CREDIT

La aportación realizada por cada una de las autoras del artículo es la que se indica a continuación. **Conceptualización:** H.Z.; **Análisis:** H.Z., M.A.A.; **Metodología:** H.Z., M.A.A.; **Supervisión:** M.A.A.; **Redacción del borrador original:** H.Z.; **Redacción de la revisión:** M.A.A.

Referencias bibliográficas

AGUIRRE BELTRÁN, B. (1998). Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español con fines específicos, *Carabela,* (44), 5-29.

AGUIRRE BELTRÁN, B. (2004). La enseñanza del Español con Fines Profesionales. En: J. Sánchez Lobato e I. Santos Gargallos, I. (eds.), *Vademecum para la formación de profesores*. *Enseñar español L2/ Lengua extranjera LE* (pp.1109-1128). Madrid: SGEL.

BERWICH, R. (1989). Needs assessment in language programming: from theory to practice In R. K. Johnson (Ed.), *The Second Language Curriculum* (pp. 48-62). Cambridge: Cambridge University Press.

CHAMBERS, F. (1980). A re-evaluation of needs analysis in ESP. *ESP Journal I*(1), 25-33.

CHANG, H.M., YE, X.J. & MU, J.H. (2023). 服务“一带一路”建设的“外语+”高职多语种人才培养模式研究[Research on "Foreign Language+" Higher Vocational Multilingual Talent Cultivation Mode to Serve the Construction of "Belt and Road"]. 中国职业技术教育[*Chinese Vocational and Technical Education*] (25), 91-95.

CONSEJO DE EUROPA (2002). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación* (MCER). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

CRESWELL, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, Mixed Methods Approaches*. New York: Sage

CRESWELL, J., & PLANO CLARK, V. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage

DOYAL, L; GOUGH, I. (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Barcelona-Madrid: Icaria- Fuhem.

DUDLEY-EVANS, T.&ST. JOHN, M.J. (1998). *Developments in English for specific purposes*. Cambridge: CUP.

FERNÁNDEZ NÚÑEZ, L. (2006). *¿Como analizar datos cualitativos?* s.l.: Universidad de Barcelona, Instituto Ciencias Educación

GARCÍA MAYO, M. P. (2000). *English for Specific Purposes: discourse analysis and course design*. Bilbao: Universidad del País Vasco. Servicio Editorial.

GRIX, J. (2010). *The foundations of research (2nd ed.)*. London: Macmillan International Higher Education.

GUILLEMIN, F., BOMBARDIER, C., & BEATON, D. (1993). Cross-cultural adaptation of health-related quality of life measures: Literature review and proposed guidelines. *Journal of Clinical Epidemiology, 46*(12), 1417-1432. https://doi.org/10.1016/0895-4356(93)90142-n

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. Y BAPTISTA, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a.ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.

HUTCHINSON, T. E WATERS, A. (1987). *English for specific purposes. A learned-centred approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

LI, W.W. (2023).人工智能赋能外语教育改革：理念创新与行动逻辑[Artificial Intelligence Enabled Foreign Language Education Reform: Conceptual Innovation and Action Logic]. 中国高等教育[*China Higher Education*] (09),49-52.

MILES, M. B. & HUBERMAN, A.M. (1994) *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2a ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

MUNBY, J. (1978). *Communicative Syllabus Design*. Cambridge: Cambridge University Press.

PATTON, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills, CA: Sage.

REBER. A. S. (1985). *The Penguin dictionary of psychology*. New York: Viking Penguin.

REDONDO MÁRQUEZ, MARÍA. (2020). *Programación didáctica de un curso de ELE para estudiantes Erasmus: una propuesta basada en los paisajes de aprendizaje*, ed. Universidad de Alcalá, Servicio de publicaciones.

SCIENTIFIC SOFTWARE DEVELOPMENT GMBH. (2018). ATLAS.ti (versión 8.0) [Software]. Scientific Software Development GmbH.

SERBIA, J. M. (2007). Diseño, muestreo y análisis en la investigación cualitativa. *Hologramática*, 2(7), 123-146.

SUN, X.T., & ZHENG, S. (2021).西班牙语应用型人才培养模式的探索与实践——以山东青年政治学院为例[Exploration and Practice of Applied Talents Training Mode for Spanish Major ——Take Shandong Youth University of Political Science as an Example.创新创业理论研究与实践[*The Theory and Practice of Innovation and Entrepreneurship*] (15),144-146.

TEJERO LÓPEZ, J. ÁNGEL. (2023). Español con fines específicos: perspectivas en la enseñanza de ELE. *El Español Por El Mundo*, (5). https://doi.org/10.59612/epm.i5.109.

WILD, D., GROVE, A., MARTIN, M., EREMENCO, S., MCELROY, S., VERJEE-LORENZ, A., &ERIKSON, P. (2005). Principles of Good Practice for the Translation and Cultural Adaptation Process for Patient-Reported Outcomes (PRO) Measures: Report of the ISPOR Task Force for Translation and Cultural Adaptation. *Value In Health*, *8*(2), 94-104. https://doi.org/10.1111/j.1524-4733.2005.04054.x

ZHAI, H. (2021). *La formación lingüística de ELE para profesionales de comercio exterior: repertorio de necesidades comunicativas y de aprendizaje. El caso de la Educación vocacional en China* [Tesis de doctorado inédita]. Universidad de Deusto.

ZHAI, H., & ÁLVAREZ ÁLVAREZ, M. (2019).商务西班牙语教材的内容设计评析[A Review of the Content Design of Business Spanish Textbooks]. 现代交际[*Modern Communication*] (21), 221-222.

ZHAI, H., & ÁLVAREZ ÁLVAREZ, M. (2020). El Español como Lengua Extranjera (ELE) con el fin específico del comercio exterior en la Educación Vocacional y Aplicada en China: una revisión sistemática del estado de la cuestión. *México Y La Cuenca Del Pacífico, 9*(26), 117-137. https://doi.org/10.32870/mycp.v9i26.665

ZHAI, H., & JIN M.(2024), Análisis de la enseñanza de español como lengua extranjera para profesionales de comercio exterior en China, México y la Cuenca del Pacífico: 13 (37) , 67-96. https://doi.org/10.32870/mycp.v13i37.865

ZHANG, S., JIANG, Y.L., & MA, Z. (2021).“一带一路”背景下，关于教材问题及创新——以经贸应用西班牙语为例[Problems and innovations in teaching Texbooks in the context of “One Belt, One Road” - the example of applied Spanish for business and trade]. 中国多媒体与网络教学学报(上旬刊)[*China Journal of Multimedia & Network Teaching*] (05),107-109.

Anexo: Repertorio de textos escritos para la enseñanza-aprendizaje de EFE en comercio exterior en China

1. Textos escritos
   1.1. Textos de tipo comercial con finalidades muy diferentes y formatos distintos (elaborados en razón a la existencia de una relación de negocios).
      1.1.1. Cuando lo que predomina es lo expositivo.
         - Hojas de pedidos
         - Factura
         - Catálogos
      1.1.2. Cuando lo que predomina es exhortar o impulsar al lector a tomar una determinación o un tipo de respuesta.
         - Folletos
         - Ofertas de productos
         - Instrucciones
      1.1.3. Cuando se combina lo expositivo, lo argumentativo o lo exhortativo dependiendo del contenido y la finalidad
         - Correspondencia comercial: cartas, faxes, correo electrónico. Con finalidades diferentes: promoción y oferta de productos; contraofertas; aceptación y consulta de precios, pedidos, reclamaciones, establecimiento de relaciones comerciales (descripciones de empresas), envío internacional de muestras.
         - Nota, avisos y textos de mensaje instantáneo (de tipo expositivo, argumentativo o exhortativo, dependiendo del contenido de estos textos). Mensajes breves vía aplicaciones como como WeChat, WhatsApp, Skype, Facebook, QQ, etc.
   1.2. Textos de tipo financiero
         - Órdenes de pago (letras de cambio, etc.)
         - Cartas de crédito
   1.3. Textos de tipo jurídico-administrativo (elaborados en el ámbito de comercio exterior)
      1.3.1. Cuando lo que predomina es lo expositivo
         - Pólizas de seguro
         - Certificados de origen, de valor de la mercancía.
         - Declaración de valor en la aduana
         - Licencia de importación
         - Lista de empaque
      1.3.2. Cuando se combina lo argumentativo, lo expositivo y lo exhortativo
         - Contratos
         - Acuerdo de agencia
         - Formulario postventa
         - Documentos de transporte: conocimiento de embarque

1.4. Textos de tipo protocolario (elaborados para el mantenimiento de las relaciones sociales en el marco de una relación de negocios).
- **Invitaciones**
- **Felicitaciones de fiestas, cumpleaños**

1.5. Otros documentos en los que predomina lo descriptivo y/o expositivo, usados en el establecimiento de las relaciones sociales con los clientes.
- **Descripciones de lugares turísticos, fiestas, folklore.**

2. Textos traducidos (traducción literal/directa)

2.1. Textos comerciales, con finalidades diferentes y formatos también distintos (elaborados en razón a la existencia de una relación de negocios).

2.1.1. Cuando lo que predomina es lo expositivo.
- **Hojas de pedidos**
- **Facturas comerciales**
- **Catálogos**
- **Prospectos de uso de medicamentos**

2.1.2. Cuando se combina lo expositivo, argumentativo o exhorativos dependiendo del contenido y la finalidad
- **Correspondencia comercial**: **cartas comerciales**. Pueden tener diferentes finalidades: ofertas de productos (términos de INCOTERMS), pedido (cantidad, términos específicos, abreviatura), consulta de precios, reclamación de calidad.
- **Avisos**.
- **Instrucciones**

2.2. Textos de tipo financiero
- **Cartas de crédito**

2.3. Textos de tipo jurídico-administrativo (elaborados en el ámbito de comercio exterior)

2.3.1. Cuando lo que predomina es lo expositivo
- **Pólizas de seguro**
- **Certificados de origen, de inspección de calidad, de protección medioambiental, de autorización de marcas.**
- **Normas de sector**
- **Lista de empaque**

2.3.2. Cuando se combina lo argumentativo, lo expositivo y lo exhortativo

Contratos (se focaliza en traducir las cláusulas)
- **Documentos de transporte: conocimiento de embarque**

2.4. Textos de tipo protocolario
- **Invitaciones**

2.5. Otros documentos en los que predomina lo descriptivo y/o expositivo, usados en apoyo a la interacción con los clientes.
- **Descripciones de la vida cotidiana**

- Descripciones sobre la situación política y económica del país; sobre aspectos culturales (costumbres, tabúes, comportamientos, gastronomía).
- Programa de viajes
- Descripción sobre plataformas de venta por internet
- Descripción de productos (características, colores, funciones), empresa (plan anual), proceso de exportación (términos específicos), procedimiento de fabricación (términos específicos)