

ESPAÑOL CON FINES DIPLOMÁTICOS: LA DIPLOMACIA CULTURAL EN LA ERA DIGITAL

ZAERA ACCENSI, Eva I Instituto de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Guangdong, GDUFS (CHINA)
Universidad de Alcalá de Henares, UAH (ESPAÑA)

RESUMEN

El lenguaje y los medios utilizados por instituciones y organizaciones pertenecientes al siglo pasado han quedado obsoletos en un mundo global e interconectado. En plena revolución digital y tecnológica la diplomacia ha pasado de ser una cuestión de estado a un asunto social, regional, empresarial, individual... En otras palabras, de todos. La enseñanza del Español con Fines Diplomáticos se adapta a esta nueva era digital y se hace eco del uso de las redes sociales como herramientas diplomáticas culturales de aprendizaje, difusión y relación internacional. De esta manera, la diplomacia cultural en la era digital es el camino y la meta de la actual enseñanza de esta área del Español con Fines Específicos. Presentamos, a continuación, una propuesta didáctica compuesta por diez ejercicios que pretenden alcanzar esta diplomacia cultural en plena era digital.

PALABRAS CLAVE: español con fines específicos (EFE), Español con Fines Diplomáticos, diplomacia digital, cultura, léxico...

ABSTRACT

This article is a compendium of ten didactic exercises for learning Spanish in diplomatic career. Digital and Social diplomacy force new

generation diplomats to discover the Spanish culture and language as a part of their success in international relations. So, China has opened not only their doors but also their minds to new cultures, ways and languages.

KEYWORDS: Spanish for Specific Purposes, digital diplomacy, culture, vocabulary...

BIODATA

Profesora de ELE y teatro desde septiembre de 2013 hasta julio de 2016 en el Instituto Jinling (Universidad de Nanjing). En septiembre de 2016 ha empezado una nueva etapa profesional en el Instituto de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Guangdong (GDUFS) como lectora AECID, y sigue con el programa de doctorado sobre la enseñanza de la comunicación no verbal en ENE (UAH).

INTRODUCCIÓN

Las relaciones diplomáticas de China con el resto de países se están afianzando sin prisa pero sin pausa. Desde Beijing, el gobierno chino se acerca al mundo mediante diversos actos y estrategias, uno de los más recientes, la celebración en el país asiático del evento más internacional y destacado de la agenda política, la reunión del Grupo de los 20 (G20). Cada vez interesa más que el cuerpo diplomático chino aprenda el idioma y la cultura de los países hispanohablantes con el objetivo de acercar políticas y líneas de actuación conjunta. Los acuerdos bilaterales y/o multilaterales con el mundo hispano son una realidad que exige conocimiento y empatía de sus participantes. Por tanto, el Español con Fines Diplomáticos es una de las especialidades que presenta mayor potencial en un futuro a corto y largo plazo.

1. CONTEXTO

Dos diplomáticos jóvenes chinos serán los futuros asistentes del cónsul de China en Madrid –cargo que ocuparán en un plazo máximo de 2 meses– y como tal, deben afianzar la diplomacia entre ambos países con el uso de la cultura y las nuevas tecnologías para facilitar la cooperación, el conocimiento y el entendimiento entre China y España. Es la primera vez que ejercen este cargo y son destinados a Europa. Los dos últimos años han viajado por Latinoamérica y han formado parte de Misiones Diplomáticas pero su conocimiento sociocultural sobre España es limitado. Además, su nivel de español es intermedio, B1-B2 según el MCER; aunque su competencia comunicativa y las destrezas orales necesitan ser reforzadas. Asimismo su estilo de aprendizaje es reflexivo-teórico, temen al error y esperan que el profesorado sea el protagonista de la clase.

Asisten al presente curso diseñado específicamente para ellos para mejorar la diplomacia cultural y la digital porque, en breve, deberán introducirse en las redes sociales españolas para gestionar la cuenta de

Twitter del consulado y difundir la cultura china en España y vincularlas. El curso es de 20 horas y presenta una carga lectiva de 4 horas semanales distribuidas en 2 días. La presente unidad se desarrolla en la semana 2 (es decir, en 4 horas) de un total de 5 semanas, ya que en la primera semana se realizará el análisis de necesidades, una evaluación inicial y un repaso de conocimientos generales pertenecientes al nivel B1.

1.1 El manual

En esta ocasión, no disponemos de ningún libro de texto de referencia, realidad que demuestra la actual precariedad de esta especialidad. No obstante, las obras de consulta obligada para el profesorado son *La función diplomática* de Eduardo Jara Roncati de 1990; y también, la memoria de máster de Roberto Andrade titulada *Diseño y elaboración de material didáctico del Español con Fines Específicos: Español para la Diplomacia* de 2010, (disponible en línea: <http://marcoele.com/descargas/11/andrade-diplomacia.pdf>). Asimismo se recomienda revisar otros documentos de referencia, como *La diplomacia española ante la era digital* del gobierno de España (se puede consultar en línea:



http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf).

1.2 Objetivos, contenidos, metodología y temporalización

❖ Objetivos

- Mejorar la competencia comunicativa y la expresión oral.
- Saber argumentar y contraargumentar.

- Ser conscientes de las diferencias culturales para garantizar una comunicación eficaz.
- Conocer las dos redes sociales más utilizadas en España y reflexionar sobre su poder.
- Familiarizarse con el vocabulario de las redes sociales.
- Aproximarse a la diplomacia cultural y la Marca España.
- Identificar instituciones culturales.
- Descubrir las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales.
- Identificar y adecuarse al registro pertinente de las redes sociales.

Tarea final: crear y mantener una cuenta en las redes sociales del Consulado de China en Madrid en español, Twitter y si se dispone de tiempo también en Facebook, para promover la cultura y las relaciones entre ambos países (diplomacia cultural y digital). Saber desenvolverse en el entorno digital y con los usuarios de cultura española.

❖ Componentes temáticos y lingüísticos

Contenidos diplomáticos:

- Organizaciones y ministerios españoles.
- Política diplomática española.

Contenidos gramaticales:

- Los verbos y estructuras de opinión, proposición, oposición, etc.
- Marcadores discursivos.
- Oraciones valorativas.

Contenidos funcionales:

- Proponer y justificar medidas y soluciones.
- Expresar opinión.
- Responder adecuadamente al interlocutor.
- Contraargumentar.
- Sintetizar textos, ideas, opiniones, etc.

Contenidos estratégicos:

- Recursos para atraer y mantener la atención e interés de los cibernautas.
- Dominio de la red social Twitter y/o Facebook.

Contenidos léxicos:

- Bienes culturales: arte, cine, música, literatura, etc.
- Redes sociales y ciberdiplomacia.

❖ Metodología

Explicaciones, uso de las TIC/TAC, debates, muestras reales y exposiciones.

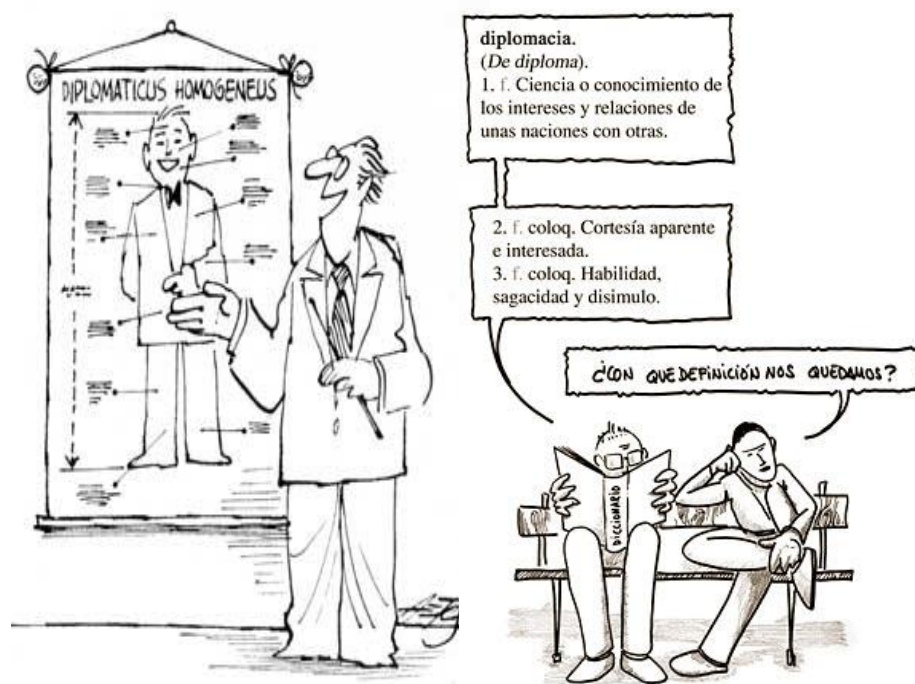
❖ Temporalización

La secuencia didáctica puede seguirse tal como presentamos en el siguiente apartado o pueden utilizarse los ejercicios independientemente según las necesidades y/o rasgos del grupo clase. Cada tarea presenta un tiempo recomendado de ejecución aunque es una temporalización flexible.

2. ACTIVIDADES

2.1. DIPLOMACIA (5'-10')

Observa las siguientes viñetas y reflexiona sobre el papel de la diplomacia y el diplomático en la actualidad.



Preguntas-debate: ¿Estás de acuerdo con la definición que proponen? ¿Crees que el diplomático actual es homogéneo? ¿Qué características debe tener un diplomático del siglo XXI? Comparte tu opinión con tus compañeros/as.

2.2. CULTURA Y DIPLOMACIA (10'-15')

A partir de la siguiente cita de Confucio (孔子), discute con tu compañero/a el papel de la cultura en la diplomacia y justifica por qué.

"Quien pretenda someter a los hombres por la fuerza de las armas no alcanzará la sumisión de sus corazones; por eso, la violencia nunca es suficiente para dominarlos. Quien conquiste a los hombres por la virtud, consigue que todos se sometan a él sin reservas y con el corazón alegre."

2.3. MODELOS CULTURALES (10'-15')

Richard D. Lewis creó en los años noventa el modelo LMR (linear/multi/reactive) para clasificar las culturas en tres grupos. Lee atentamente las siguientes definiciones sobre estos diferentes modelos y piensa qué países se ajustan a cada uno de ellos. ¿Tu cultura a qué modelo pertenece? ¿Y la española?



Organizan, planifican, programan, siguen cadenas de acción-producción y hacen solo una cosa a la vez. Se muestran fríos, basados en hechos, organizadores y decididos.

Actúan impulsivamente, hacen varias cosas al mismo tiempo, improvisan según la importancia o urgencia de los temas, son locuaces y vivaces. Son cálidos y emocionales.

Dan prioridad a la cortesía y al respeto, escuchan con calma y atención a sus interlocutores y responden con precaución a las propuestas de la otra parte. Son corteses, serviciales, afables y llegan a compromisos.

2.4. INSTITUTOS CULTURALES (5'-10')

Relaciona cada instituto cultural con su país de origen:

	▪	▪	British Council
	▪	▪	Instituto Confucio
	▪	▪	Alianza Francesa
	▪	▪	Centro Inca Garcilaso de la Vega
	▪	▪	Instituto Goethe
	▪	▪	Instituto Cervantes
	▪	▪	Consejo Indio para las Relaciones Internacionales

2.5. VA DE SIGLAS (5'-10')

Utiliza tu dispositivo móvil para averiguar qué significan las siguientes siglas:

- MAEC:
- PNACE:
- AC/E:
- MECD:

2.6. EL CASO DE ESPAÑA (10'-15')

Utiliza las palabras del cuadro para completar el texto.

potencia	transición	sustentado	implantación
contemporánea		rivalizar	petróleo

"España es una _____ en potencia", "el idioma español es nuestro _____": ambas afirmaciones u otras análogas se han empleado a menudo para referirse a las capacidades insuficientemente desarrolladas de la cultura como un instrumento para favorecer un mayor protagonismo internacional de España. Durante la época _____ nuestro país ha tenido un papel generalmente secundario en los asuntos mundiales. Las últimas décadas del siglo XX fueron decisivas en la recuperación de un perfil internacional más activo, _____ en un notable crecimiento económico y en un exitoso proceso de _____ democrática. Pero lo cierto es que España, a pesar del evidente progreso experimentado, es incapaz de _____ en Europa con las naciones de primera fila que perfilaron, en positivo y en negativo, la suerte del continente desde el salto de la revolución industrial a la _____ de la sociedad burguesa y los regímenes políticos democráticos.

Fuente: Delgado Gómez-Escalonilla, Lorenzo (2014). *Un siglo de diplomacia cultural española: de la Junta para Ampliación de Estudios al Instituto Cervantes*¹. Real Instituto Elcano.

Fuente: *Un siglo de diplomacia cultural española: de la Junta para Ampliación de Estudios al Instituto Cervantes*¹. Lorenzo Delgado Gómez-Escalonilla. Real Instituto Elcano. Octubre de 2014

2.7. MARCA ESPAÑA. VISUALIZA Y REFLEXIONA (20'-25')

Un spot de 'Marca España' ha sido el primer anuncio emitido en 2016 en la televisión pública española (RTVE). El anuncio se emitió justo después de terminar las campanadas de 'fin de año', 2015-2016. Ver en Youtube y responde. <https://www.youtube.com/watch?v=P6CEJHcRa3U>

2.7.1. ¿Qué es la Marca España? ¿En China existe este concepto? ¿Cómo es?

.....

Después de visualizar el spot publicitario, visita la web de *Marca España* <http://marcaespana.es/>, lee las siguientes cuestiones, reflexiona y escribe tu respuesta:

2.7.2. ¿Qué se celebra este año en el ámbito literario en España?

.....

.....

2.7.3. ¿Qué papel tiene el Instituto Cervantes en la *Marca España*?

.....

2.7.4. ¿Cómo pueden ayudarte estos datos e información a mejorar la

.....

¹ En línea:

https://www.academia.edu/8762714/Un_siglo_de_diplomacia_cultural_espa%C3%B1ola_de_la_Junta_para_Ampliaci%C3%B3n_de_Estudios_al_Instituto_Cervantes

relación diplomática entre tu país y España? ¿Existen paralelismos entre ambos países?

.....

.....

2.8. TWITTER Y FACEBOOK (10'-15')

Son las redes sociales más utilizadas en España y las instituciones lo saben y las utilizan. Lee los siguientes titulares de noticias que demuestran cómo estas herramientas digitales pueden favorecer a cualquier gobierno si se usan correctamente.

El Ministerio de Asuntos Exteriores recompensado por su presencia en las redes sociales (6 de diciembre de 2013)²

Diez 'tuits' que cambiaron el mundo. La política, los medios de comunicación, las 'celebrities'... En diez años de existencia Twitter lo ha cambiado todo. Y, algunas veces, no para bien (23/3/16)³

Así cambió Twitter el discurso político en España⁴. La semántica y la instantaneidad de la red y su uso desde los partidos emergentes han impulsado nuevos usos comunicativos

Escoge la noticia que te llame más la atención y accede a su enlace para saber más, recuerda que la información es poder.

² Recuperado de <http://www.diplomatie.gouv.fr/es/asuntos-globales/diplomacia-digital/eventos/article/el-ministerio-de-asuntos-11826>

³ Recuperado de http://elpais.com/elpais/2016/03/19/tentaciones/1458406213_576561.html

⁴ Recuperado de http://politica.elpais.com/politica/2016/03/21/actualidad/1458592964_951340.html

2.9. DICCIONARIO BÁSICO DE LAS REDES SOCIALES (15'-20')

¿Dispones de vocabulario? La transformación de los medios y recursos que utilizamos para comunicarnos crea y desarrolla una terminología propia, la cual se integra en nuestro día a día y léxico habitual como hablantes. De esta manera, el lenguaje –siempre vivo, dinámico y cambiante–, adquiere vocabulario de otras lenguas. ¿Qué palabra equivale a estos conceptos⁵ en tu idioma?

- **Usuario**
- **Perfil**
- **Post**
- **Muro**
- **Comunidad virtual**
- **Cuenta**
- **Estado**
- **Grupo**

⁵ Si no conoces el significado de estas palabras, te recomendamos que consultes esta web <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=6>

- **Evento**
- **Solicitud de amistad**
- **Tweet**
- **Seguidor**
- **Hashtag**
- **Trending topic**
- **On-line**
- **Web 2.0**

2.10. TAREA FINAL: COMUNICAR ES ACTUAR

Después de estudiar los tipos de cultura, la función de la diplomacia cultural, la cultura española y cómo el mundo digital y el público han invadido todas las esferas de la política exterior de un país, vamos a crear nuestra propia cuenta de TWITTER y FACEBOOK. Lo primero que debes recordar es que el lenguaje en Internet varía según el país (emoticonos, expresiones, humor, etc.).

Por eso, te recomendamos que antes de actuar visites otras cuentas institucionales en las redes sociales más utilizadas en España para familiarizarte con el estilo y vocabulario, por ejemplo: la cuenta de Twitter o Facebook del Gobierno de España, de la Moncloa u otros consulados ubicados en territorio español. Recuerda que el cuarto poder es la información. El próximo día de clase presentarás tu cuenta y justificarás su uso, lenguaje y entradas/estados.



SOLUCIONES:

2.5. Va de siglas. Utiliza tu dispositivo móvil para averiguar qué significan las siguientes siglas:

- MAEC. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.
- PNACE. Plan Nacional de Acción Cultural Exterior.
- AC/E. Acción Cultural España-
- MECD. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

2.6. El caso de España. Utiliza las palabras del cuadro para completar el texto.

“España es una potencia en potencia”, “el idioma español es nuestro petróleo”: ambas afirmaciones u otras análogas se han empleado a menudo para referirse a las capacidades insuficientemente desarrolladas de la cultura como un instrumento para favorecer un mayor protagonismo internacional de España. Durante la época contemporánea nuestro país ha tenido un papel generalmente secundario en los asuntos mundiales. Las últimas décadas del siglo XX fueron decisivas en la recuperación de un perfil internacional más activo, sustentado en un notable crecimiento económico y en un exitoso proceso de transición democrática. Pero lo cierto es que España, a pesar del evidente progreso experimentado, es incapaz de rivalizar en Europa con las naciones de primera fila que perfilaron, en positivo y en negativo, la suerte del continente desde el salto de la revolución industrial a la implantación de la sociedad burguesa y los regímenes políticos democráticos.

2.9. Diccionario básico de las redes sociales⁶

- **Usuario.** Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales. En la red social de microblogging Twitter, la cuenta y perfil adoptan el nombre real, pero sus miembros identifican sus actividades en la red mediante un nombre de usuario que puede ser diferente, similar o idéntico a su nombre real, y que, además, añade delante de éste el símbolo @. Por ejemplo, la red social docente Internet en el aula tiene como nombre de usuario en Twitter @rediaula, y Educación INTEF el nombre @educacion_intef.

⁶ Extraído de

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=6>

- **Perfil.** Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.
- **Post.** Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.
- **Muro.** Espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde estos pueden publicar sus comentarios u opiniones.
- **Comunidad virtual.** Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual, no físico o real, como Internet.
- **Cuenta.** Conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación de usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y contraseña, en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.
- **Estado.** Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.
- **Grupo.** Servicio que proporcionan las redes sociales para la configuración de colectivos de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta.
- **Evento.** Acontecimiento creado como una publicación o mensaje que se anuncia a otros usuarios de la red social para que participen del mismo.
- **Solicitud de amistad.** Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos, y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información.

- **Tweet.** Mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los usuarios seguidores mediante la red social de microblogging Twitter. También existe el Retweet (RT) que es, sencillamente, el reenvío de un tweet.
- **Seguidor.** Llamado *follower* en la terminología de Twitter. Usuario de esta red social que se suscribe a los mensajes o publicaciones (tweets) de otros usuarios, bien por admiración, como en el caso de los seguidores de deportistas o cantantes; por simpatizar con sus ideas; por mantenerse informado de sus actividades en Twitter; o, simplemente, por amistad. Este seguimiento o suscripción no es necesariamente recíproco.
- **Hashtag.** Etiqueta de Twitter para clasificar las publicaciones o mensajes (tweets) por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. Por ejemplo, #Educación o #TIC, para los mensajes que se etiquetan en estos temas.
- **Trending topic.** Tema popular en un momento determinado, en relación al número de publicaciones o mensajes (tweets) que se hacen sobre él en Twitter.
- **On-line.** Expresión inglesa que se traduce por las locuciones en línea o a través de Internet.
- **Web 2.0.** Conjunto de características, formas de uso y aplicaciones web que dan lugar, mediante cambios acumulativos en los desarrolladores de software y usuarios, a una transformación sustancial de Internet. El término se asocia a Tim O'Reilly debido a su promoción y divulgación en la conferencia O'Reilly Media sobre Web 2.0 de 2004.