

# V Encuentro Práctico de Profesores de ELE Würzburg. 30-31 mayo 2008

Organizado por International House Barcelona  
y Difusión, Centro de Investigación y  
Publicaciones de Idiomas, S.L.



## EL TRABAJO CON PROYECTOS: UN INSTRUMENTO ÚTIL PARA LA CLASE DE ESPAÑOL PARA USO PROFESIONAL

---

Maria Lluisa Sabater (Ecole Supérieure du Commerce Extérieur, Paris)

# El trabajo con Proyectos: un instrumento útil para la clase de Español para Uso Profesional

MARIA LLUÏSA SABATER  
UNIVERSITAT DE BARCELONA  
ECOLE SUPERIEURE DU COMMERCE EXTERIEUR. PARÍS

## Objetivos.

- a. Objetivos del taller.
- b. Razones de la utilización de proyectos en mis clases de EUP.
- c. Características del trabajo por proyectos.
- d. **Actividad:** primera aproximación al proyecto “Diagnóstico de Marca”.
- e. El concepto de elección, elemento clave del proyecto.
- f. **Actividad:** Análisis por grupos de un trabajo auténtico: distintos aspectos que el profesor tiene que tener en cuenta para el buen funcionamiento del proyecto.
- g. La secuenciación del proyecto en el aula. El papel del profesor como tutor.
- h. **Actividad:** Enumerar las ventajas que presenta el trabajo con proyectos en el ámbito de EUP.

## A. Objetivos del taller

1. Compartir y enriquecer una forma de trabajo en el aula que está siendo positiva y fructífera en mis clases de Español para Uso Profesional (en adelante, EUP).
2. Demostrar por qué puede ser un buen instrumento metodológico en las clases de EUP.
3. Conseguir que al final del taller cada profesor pueda decidir si sería útil para sus estudiantes.

## B. Razones de la utilización de proyectos en mis clases de EUP.

- Necesitaba un tercer eje para completar el programa de un Módulo de 6 semanas de duración (18 horas de clase en total) para estudiantes del segundo ciclo de la ESCE (Ecole Supérieure du Commerce Extérieur) de París.
- Características de los estudiantes
  - nivel poco homogéneo: la mayoría B2 pero con algunos de B1 y C1
  - futuros profesionales de 20 a 23 años con una experiencia de 6 meses en empresa.
  - porcentaje de Erasmus y de períodos de prácticas en España: 20%.
- El título del Módulo era: “Hacia la integración en la vida profesional”. Una parte de las actividades desembocaban en la Entrevista de Trabajo. Otra, estaba dedicada a la Comunicación Oral en la Empresa mediante simulaciones de casos.
- Quería encontrar otro tipo de actividades que
  - les dejaran más libertad y autonomía
  - pudieran realizarlas fuera del aula en su mayor parte
  - les obligara a ejercitar la expresión escrita de un modo formal y estructurado.
- Deseaba apartarme del tipo actividades y de temas a los que ya estaban demasiado acostumbrados y no les motivaban en absoluto.
- Investigué si el trabajo con proyectos podía satisfacer las necesidades de mis estudiantes y aportarles ventajas significativas.

### C. Características del trabajo por proyectos.

- a. aplicado al campo de la didáctica en general.

El concepto aparece a principios del siglo XX en el contexto de la enseñanza primaria y secundaria y en sus últimas décadas surgen propuestas en universidades francesas y suizas en la investigación sobre la enseñanza de la lengua. Las bases comunes son las siguientes:

- El aprendizaje con participación activa y en cooperación.
- La motivación y la implicación de los aprendientes.
- El desarrollo y aplicación de conocimientos.
- La relación con el contexto social en el que tiene lugar el aprendizaje.

- b. aplicado al campo de la enseñanza de lengua extranjeras.

En el campo de la didáctica de lenguas extranjeras, el trabajo mediante proyectos aparece hacia los años 80. En España los proyectos tienen su origen en la enseñanza del inglés como lengua extranjera y han tenido un notable desarrollo.

El proyecto como instrumento metodológico en la clase de lengua, se considera que tiene las características siguientes.

- Está centrado en el estudiante.
- Crea la necesidad de obtener un producto.
- El proceso de creación es tan importante como el producto obtenido.
- Desarrolla la confianza en sí mismo y la autonomía del estudiante.
- La actividad trasciende del marco del aula y pasa al mundo real.
- Obliga a los estudiantes a acostumbrarse a trabajar en equipo.
- Tiene un valor educativo que va más allá del aprendizaje de una lengua.
- El resultado final es original y tiene el sello que le ha sabido imprimir el equipo.
- Los estudiantes, o bien han escogido libremente el tema o bien lo han elegido entre varias opciones, según sus gustos y preferencias.

Todas estas características me parecieron suficientemente convincentes para lanzar a mis estudiantes a trabajar con proyectos.

### D. Primera aproximación al proyecto “Diagnóstico de Marca”.

Mientras que existen bastantes publicaciones sobre proyectos en la enseñanza de una lengua extranjera no especializada, en el campo del EUP, las experiencias en España han quedado circunscritas a los programas internos de Facultades y escuelas y solo recientemente han empezado a aparecer en algunos métodos de español para fines específicos.

El material que voy a presentar, es de confección propia, adaptada a las necesidades de mis estudiantes y de una estructura de estudios modular con sólo 18 horas de clase. No responde a los cánones mucho más estrictos que presentan ciertos proyectos, sino que responden a una situación y a un tipo de alumnos determinados.

**Actividad:** Leed la presentación que les hice a los estudiantes y luego, intentad ver qué elementos de la lista de características del trabajo por proyectos presentadas en el apartado C, podían aplicarse al proyecto “Diagnóstico de una marca”.

#### **PROYECTO DE TERCER CURSO**

##### **¿DE QUÉ SE TRATA?**

- *En el tercer curso realizaréis un proyecto que será una creación vuestra.*
- *Podréis escoger el ámbito del proyecto entre cuatro que se os van a proponer.*
- *Lo llevaréis a cabo en el espacio de tiempo de un mes.*
- *Se realizará en equipos.*
- *Al final, habréis elaborado un producto que tendrá una versión escrita y una presentación oral.*

□ **Puntualizaciones:**

- *El proyecto no será el mismo para todos, Los grupos de estudiantes tendrán autonomía, dentro de un marco que vamos a definir juntos, para decidir qué tipo de proyecto llevarán a cabo.*
- *LA ORIGINALIDAD, CREATIVIDAD Y AL MISMO TIEMPO EL REALISMO del proyecto serán factores que pesarán de modo considerable en la evaluación del mismo.*
- *El primer día de clase, el profesor/ la profesora dará ejemplos de lo que se puede hacer, de modo orientativo, pero que no hay que seguir obligatoriamente.*

**PRESENTACIÓN DEL PROYECTO: DIAGNÓSTICO DE UNA MARCA.**

*Después de escoger una marca, española, **si es posible**, conocida en Francia, se trata de elaborar un cuestionario y de hacer una encuesta, para saber quién y por qué compra en el tipo de tienda seleccionado y no en otro, o bien por qué se adquiere un producto determinado y no otro. Es decir, para obtener toda una serie de información que permita saber los puntos fuertes de la marca, pero también los débiles con respecto a la competencia.*

*El objetivo final consiste en hacer una lista de recomendaciones a la empresa que ofrece la marca, que según vuestro grupo, mejorarían su imagen y su rentabilidad.*

**IMPORTANTE:**

- *En vuestro caso, tenéis que empezar rápidamente por la elaboración de un cuestionario, sabiendo y teniendo muy claro qué información queréis obtener.*
- *Es imprescindible que la marca sea conocida por vuestros colegas de clase y de la escuela/universidad en la que estáis estudiando.*
- *La parte más importante y difícil es el análisis de las respuestas obtenidas y su expresión en español. La mejor solución consiste en hacer gráficos y luego interpretarlos por escrito. Se os proporcionarán modelos para interpretar gráficos por escrito.*

**COMENTARIO:**

**En el campo de la didáctica en general:**

- a. Aprendizaje con participación activa y en cooperación → **trabajo en equipo**
- b. motivación e implicación de los estudiantes → **fuerte ya que se reconocen en su ámbito profesional**
- c. desarrollo y aplicación de conocimientos → **necesitan un mínimo de conocimientos de marketing**
- d. relación con el contexto social del aprendizaje → **a través de un cuestionario, una encuesta en español y de las informaciones de internet**

**En el campo de la didáctica de lenguas extranjeras**

- a. .Es una actividad centrada en el estudiante → **tiene en cuenta sus necesidades y sus deseos.**
- b. Crea la necesidad de obtener un producto → **escriben un documento y realizan una presentación oral.**
- c. El proceso de realización es tan importante como el producto obtenido è **el producto contiene el proceso seguido para obtenerlo.**
- d. Desarrolla la autonomía del estudiante → **autonomía en la elección del ámbito y autonomía en la organización del trabajo.**La actividad trasciende el marco del aula y pasa a la realidad → **hacen la encuesta fuera del aula y tratan con la percepción de los consumidores del producto.**
- f. Obliga a trabajar en equipo → **es una condición del trabajo.**
- g. El resultado final es original → **lo que interesa saber sobre el producto es propio de cada equipo y también la interpretación de las respuestas y las recomendaciones a la marca.**
- h. Tiene un valor educativo que va más allá del aprendizaje de la lengua è **se trata de hacer un pequeño trabajo de investigación**

### **E. El concepto de elección, elemento clave del proyecto.**

Se les propusieron cuatro proyectos y debían escoger uno de ellos. Los proyectos nde las asignaturas del curso. Fueron los siguientes:

#### ***TEMAS/AREAS SOBRE LOS QUE SE PUEDE HACER EL PROYECTO***

##### ***CADA GRUPO ESCOGERÁ EL ÁMBITO QUE MÁS LE INTERESE***

***1. ÁMBITO DE LAS FINANZAS***

***2.ÁREA DE COMUNICACIÓN-PUBLICIDAD INTERCULTURAL***

***3.PLAN DE PROMOCIÓN DE UNA CIUDAD MEDIANTE LA CREACIÓN DE UN ACONTECIMIENTO CULTURAL O DEPORTIVO.***

***4. DIAGNÓSTICO DE UNA MARCA (explicado antes en detalle)***

Al recoger luego los comentarios de los estudiantes sobre el trabajo que realizaron, el más frecuente fue la valoración positiva que hicieron del hecho de haber podido escoger el ámbito de trabajo e, incluso, de haber podido llevar a cabo modificaciones al plan propuesto.

La posibilidad de elección entre cuatro ámbitos distintos fue un elemento clave del trabajo ya que en realidad el trabajo con proyectos es una forma de potenciar el desarrollo de la autonomía del alumno.

### **F. Actividad: Análisis por grupos de un trabajo auténtico.**

**ACTIVIDAD.** Divididos en 4 grupos. Examinad uno de los productos finales. Cada grupo analiza un aspecto.

Anotad, de forma muy esquemática:

Grupo 1: cuáles son las microdestrezas necesarias para poder llevar a cabo el trabajo.

- Tener una cierta práctica en estudios de mercado.
- Saber confeccionar un cuestionario con las preguntas adecuadas.
- Realizar un gráfico/histograma a partir de una información.
- Interpretar una respuesta de modo cuantitativo.
- Saber interpretar respuestas de un cuestionario desde el punto de vista de marketing y comunicación.
- Saber hacer recomendaciones que tengan sentido para una empresa.
- Presentar las conclusiones bajo el punto de vista de los cuatro ejes del Marketing Mix (producto, precio, distribución y promoción).

Grupo 2: qué recursos morfosintácticos tienen que utilizar en las diferentes fases.

- Uso de CUÁL Y QUÉ en las frases interrogativas.
- Expresiones de frecuencia
- Uso de GUSTAR/ENCANTAR
- Conocimiento del Condicional simple para expresar posibilidad en el futuro.
- Uso de ESTAR en la expresión. ESTAR DISPUESTO A

Grupo 3: qué tipo de léxico implica este proyecto.

- El común un documento de marketing, que los estudiantes conocen, pero que tiene que ser utilizado correctamente en un contexto adecuado.

Grupo 4: ¿Cómo han podido suplir el hecho de no vivir en un entorno hispanófono?

- **En este caso hay tres elementos que aproximan al estudiante a un contexto hispanohablante, ya que no pueden realizarlo en inmersión:**
- **Fuera del aula:**
  - La encuesta se hace en español entre sus colegas de clase y de promoción.
  - El trabajo de preparación se realiza mediante Internet, manipulando información en español.
- **En el aula:**
  - La presentación oral con la simulación correspondiente, añade más elementos de acercamiento a un contexto hispanófono.

#### G. La secuenciación del proyecto en el aula. El papel del profesor como tutor.

##### Cronograma que se entrega a los estudiantes

(Autor: Sebastián López Valladares)

<b>SESIÓN 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de los distintos ámbitos de trabajo.</li> <li>- Creación de los grupos .</li> <li>- Preparación del plan de trabajo.</li> <li>- Negociación con el profesor que aconseja y modera en caso de que se propongan proyectos demasiado ambiciosos o que puedan sobrepasar el tiempo de trabajo del que se dispone.</li> </ul>
<b>SESIÓN 2</b>	<p><b>ETAPA 1. Tutoría 1.</b></p> <p>En esta primera etapa se mostrará por escrito la introducción (para lo que la elaboración de un plan de trabajo es esencial), en la que se presentará la marca, justificando la elección, se explicará cuáles son los objetivos y los medios que van a utilizar. (¿Qué se va a hacer y cómo se va a hacer).</p> <p>Presentarán también por escrito el cuestionario de forma detallada para que el profesor lo pueda corregir inmediatamente y el equipo lo pueda administrar durante la semana.</p>
<b>SESIÓN 3</b>	<p><b>ETAPA 2. Tutoría 2.</b></p> <p>En la segunda etapa se presentarán los resultados de las encuestas (por sectores, pregunta, etc.) por lo menos parcialmente. A partir de estas respuestas harán el análisis de los resultados y sacarán sus conclusiones.</p>
<b>SESIÓN 4</b>	<p><b>ETAPA 3. Tutoría 3.</b></p> <p><b>Finalización del análisis de los resultados de las encuestas.</b></p> <p><b>1 - Conclusión:</b> A partir de los resultados del trabajo realizado, establecerán una serie de consejos que darían a la marca para su mejor desarrollo. En esta serie de consejo dirán qué tienen que cambiar, modificar o desarrollar más / menos. Explicarán por qué la marca (no) funciona en ciertos aspectos.</p> <p>Podrán incluir, al final, comentarios y autovaloraciones sobre el trabajo elaborado.</p> <p><b>2 – Bibliografía</b></p>
<b>SESIÓN 5</b>	<b>PRESENTACIONES ORALES 1 y 2</b>
<b>SESIÓN 6</b>	<p><b>Entrega por escrito del proyecto.</b></p> <p>👉 No olviden la primera página, el índice, la bibliografía y las fuentes.</p> <p>Word, Tamaño: 12 pts., Interlínea: 1,5.</p> <p><b>PRESENTACIONES ORALES 3 4 5 6</b></p>

1. Se les proponen cuatro proyectos diferentes para poder elegir, según las preferencias temáticas de los estudiantes.

2. Los estudiantes se organizan en equipos, según el tema que les interesa.
3. Una vez los equipos están formados, se les da un cronograma según el número de sesiones de que se disponen y el trabajo que deben aportar en determinados momentos. Las etapas, después, son una orientación, porque cada equipo sigue su propio ritmo. Ellos saben que tiene que dar cuenta de lo que han hecho y que tendrán que tenerlo todo terminado en la fecha que se les indica.
4. Se les da autonomía para organizarse y se les deja claro que habrá tres tutorías de clase durante las cuales se mostrará al profesor el trabajo realizado.
5. El día señalado, el profesor examina en clase el trabajo de cada grupo, aconseja, soluciona problemas de lengua y pregunta qué es lo que el grupo tiene previsto hacer para la próxima sesión.
6. Mientras el profesor está atendiendo a un grupo, el resto de los equipos ha aportado documentación suficiente para poder seguir trabajando.
7. En la última sesión, cada equipo tiene que entregar el dossier escrito y realizar una presentación oral con ayuda de un Power Point, si es posible .

El día de la presentación oral, se organiza una pequeña simulación. El equipo que presenta su proyecto lo hace ante la clase, pero cuatro estudiantes asumen el papel de la empresa que encargado el proyecto y realizan la valoración del mismo..

#### **H. Actividad: Enumerar las ventajas que presenta el trabajo con proyectos en el ámbito de EUP.**

Volved a examinar el documento. ¿Qué otras ventajas se podrían añadir a la lista previa de características de un trabajo por proyectos desde el punto de vista de la didáctica del EUP?

- Los estudiantes ven en el proyecto una actividad verosímil, muy vinculada a su futura actividad profesional.
- Les permite poner en prácticas sus conocimientos teóricos del ámbito escogido.
- Provoca un índice muy alto de motivación.
- Evita la copia de Internet que aburre a los estudiantes y enfurece a los profesores.
- Favorece su sentido de la organización a nivel del trabajo en equipo.

#### **Bibliografía**

##### **Bibliografía en español:**

- Camps, A. (1996). «Proyectos de Lengua: entre la teoría y la práctica», *Cultura y Educación*, 2, pp. 43-57.
- Ribé, R. (1989). «La enseñanza del inglés por proyectos». En *Educación Abierta: Aspectos didácticos del inglés*, 3, Zaragoza: Instituto de Ciencias de la Educación.
- Roldán, M. ( 1996). «Simulación y narrativas en la clase de ELE». En Sans, N. Y Miquel, L. (coors), *Didáctica del español como lengua extranjera*, 3. Madrid: Fundación Actilibre. Cuadernos del tiempo libre.
- Vidal, N. (1994). "El trabajo por proyectos: la enseñanza de la lengua extranjera" en Darder, P. Y J. Gairin (eds.): *Organización y gestión de centros educativos*. Barcelona. Editorial Praxis.

##### **Bibliografía en inglés:**

- Fried-Booth, D. (2002) *Project Work*. Oxford University Press. Oxford.
- Fried-Booth, D. (1982) "Project work with advanced classes". *ELT Journal*, vol. 36, 2, pp. 98-103
- Bloor, M and St John, M.J. (1988) "Project writing: The marriage of process and product" pp. 85-94 in Robinson, P.C. (ed.) (1988) *Academic Writing: Process and Product*, ELT Document 129.
- Hedge, T. (1993) "Key concepts in EFL: Project work", *ELT Journal*, vol. 47, 3.