

Descripción Lingüística del Inglés Empresarial

*María Enriqueta Cortés de los Ríos
Universidad de Almería*

This paper aims to carry out a linguistic description of Business English. Two linguistic approaches will be used to this end: register and genre. From these two perspectives students of Business English can become more aware of the most representative features of this branch of ESP and learn them more easily. The paper will therefore analyse syntax, vocabulary and written and oral genre (generic structures, communicative politeness strategies and discourse) from the field of Business English.

Introducción

El inglés empresarial es una rama del Inglés para Fines Específicos o IFE. Hoy en día la investigación en este campo muestra la convivencia de enfoques tradicionales y modernos en la descripción lingüística. En consecuencia, sin olvidar las aportaciones del análisis del registro, cuyo interés se centra en el estudio de los componentes morfosintácticos y léxico, el IFE, de acuerdo con los parámetros que ofrece la pragmática, también estudia el análisis del género.

El inglés empresarial está constituido por distintos géneros debido a las diversas necesidades comunicativas que se originan en la actividad empresarial. Los géneros escritos más comunes son el memorandum y la carta comercial. Los géneros orales más representativos en el marco empresarial son la entrevista de trabajo, la reunión de negocios y la presentación de una empresa (Charles, 1996; Suau Jiménez, 1998; Alcaraz Varó, 2000).

El propósito de este trabajo es llevar a cabo una descripción lingüística del inglés empresarial atendiendo a dos enfoques: el análisis del registro y el análisis del género con su macroestructura, cortesía comunicativa y discurso. Por consiguiente, por un lado, comenzaré con una detallada relación de las estructuras gramaticas-

les más frecuentemente utilizadas, así como de los distintos tipos de léxico y características léxicas de dicho campo específico del inglés. Por otro, analizaré los géneros más característicos del inglés empresarial anteriormente mencionados.

1. El análisis del registro

Los primeros estudios de IFE se enmarcaron dentro del análisis del registro. Este enfoque tuvo lugar principalmente entre 1960 y 1970. Fue descrito por Halliday, McIntosh y Strevens en *The Linguistic Sciences and Language Teaching* (1964). El registro se define como la variedad de una lengua destinada a cumplir un fin comunicativo en un marco profesional o académico concreto. En esta variedad sobresale un conjunto de rasgos léxicos y gramaticales que por repetirse con frecuencia¹ y regularidad le confieren un cierto sentido de unidad diferenciada (Dudley-Evans y St John, 1998; Alcaraz Varó, 2000: 23). El propósito del análisis del registro consistía, por tanto, en identificar dichos rasgos gramaticales y léxicos. Así pues, los primeros programas de IFE eran esencialmente de corte estructuralista. Los contenidos de los programas se enseñaban a los alumnos porque formaban parte del sistema de la lengua sin un propósito comunicativo explícito. El concepto de registro ayuda a analizar el discurso del inglés empresarial atendiendo a la sintaxis y al léxico.

1.1. Estructuras sintácticas del inglés empresarial

Para Hoffmann (1985) y Robinson (1991: 97) las estructuras gramaticales del inglés empresarial guardan relación con la importancia y frecuencia de determinadas estructuras en los textos o diálo-

¹ Los llamados «estudios de frecuencia» describen los lenguajes específicos a partir de los índices de frecuencia con que aparecen determinados rasgos lingüísticos en los textos especializados (Robinson, 1991).

gos estudiados. Para Alcaraz Varó, E. (2000: 72) la sintaxis del inglés de los negocios (economía, finanzas y comercio) participa de los mismos rasgos del Inglés Profesional y Académico. Teniendo en cuenta dichos rasgos, a continuación se enumeran los conceptos sintácticos más básicos en los textos económico-empresariales en su expresión escrita:

- a) La transitividad: *The organisation offers legal services.*
- b) La pasivización: *The figures have been prepared by our new accountants.*
- c) La nominalización: *The development of small businesses...*
- d) Los verbos ergativos: *The agreement broke...*
- e) La personificación: *The new plan suggests that...*
- f) Los grupos nominales largos: *We have received a consignment of... but on unpacking them we found that six heavy mahogany-finished dressing tables had been sent, instead of the light pine-finish ones asked for.*
- g) Las expresiones hipotéticas: *If we pay the tax on time, we won't be liable for any further payment.*
- h) Las expresiones causales y consecutivas: *The company opened because they saw a gap in the market. Interest rates are down again. Therefore, we can look at new investments.*
- i) Las expresiones finales: *They moved to a greenfield site so that they would have room to expand.*
- j) Las expresiones concesivas: *Even though their resources were limited, their results were excellent.*
- k) Las expresiones restrictivas: *As far as I know, the price of oil has fallen down.*

Respecto a la expresión oral, Ellis y Johnson (1994: 9) destacan lo siguiente:

«... in a Business English course some structural areas may require more attention than in a conventional course; for example, conditionals in nego-

tiating, or modality for expressing possibility or politeness. (...) comparing and contrasting, expressing cause and effect, recommending and agreeing...».

1.2. El léxico del inglés empresarial

(a) Tipos de léxico del inglés empresarial

El inglés empresarial es junto con el inglés científico-técnico, la variedad que más importancia tiene dentro de los lenguajes especializados (Hutchinson y Waters, 1987: 16; Robinson, 1991: 97). Sin embargo, el estudio del léxico del inglés empresarial no ha recibido tanta atención como el del léxico científico-técnico.

De los tres tipos de léxico de las lenguas de especialidad, a saber, la terminología o vocabulario técnico, el vocabulario semitécnico y el vocabulario general, los dos últimos son los más abundantes en el inglés empresarial (Alcaraz Varó, E., 2000: 42). Esto probablemente se debe a que las propias definiciones de esta rama de IFE como lenguaje específico apuntan hacia una no demasiada especialización de su léxico (Suau Jiménez, 1998: 18). Ya reconocía Pickett (1989: 6) la vecindad del inglés empresarial con el inglés general como se deduce de las palabras siguientes:

IE ... is a mediating language between the technicalities of particular businesses... and the language of the general public. It is not purely for intra-group communication. This is not surprising since business and commerce are by definition an interface between the general public and the specialist producer...».

Uno de los últimos estudios del léxico del inglés empresarial que merece destacarse es el *Diccionario de Términos Económicos, Financieros y Comerciales* de Alcaraz Varó y Hughes (1996). En la introducción, ambos autores analizan la naturaleza lingüística de los términos económicos, financieros y comerciales. Los primeros tienen un registro más formal y académico que el de las finanzas. Los tér-

minos tienen gran cantidad de raíces latinas aunque también hay términos de origen anglosajón. El léxico de las finanzas presenta un registro innovador y coloquial. Sus características principales son la tendencia hacia el lenguaje popular y coloquial, expresividad de las imágenes, lo festivo en los juegos de palabras, las siglas, los acrónimos y las formas lingüísticas mutiladas, expresiones referidas a animales, los adjetivos anglosajones o de significado transparente y el uso de nombres de colores. En cuanto al léxico del comercio, existe una combinación de léxico de etimología latina y de origen anglosajón al que habría que añadir palabras de origen normando.

(b) *Características léxicas del inglés empresarial*

Los compuestos nominales son estructuras léxicas frecuentes. Sirvan de ejemplo, *basic economic laws*, *the tax collection system*, etc.

Otra característica del léxico que pertenece a contextos económico-empresariales es el empleo de acrónimos y abreviaturas como VAT (*Value Added Tax*) y *clo* (*care of*).

Los términos afines o cognados, llamados también falsos amigos son numerosos, tales como *assistant* (ayudante), *agenda* (orden del día), *conference* (congreso) y *attend* (asistir).

Otros recursos lingüísticos en torno al léxico del inglés empresarial son los relacionados con la estructura de la palabra, es decir, los afijos (*overbalance*, *wholesaler*), los relacionados con el significado de la palabra como la sinonimia (*to haggle*, *to bargain*), la antonimia (*deficit*, *surplus*), la polisemia (*to quote*: citar, mencionar, o cotizar) y las relaciones de hiperonimia e hiponimia (*secure* está en relación de hiponimia léxica con el hiperónimo *safe*).

Asimismo, también hay que destacar la importancia de las metáforas en el léxico del inglés empresarial. A este respecto, Lindstromberg (1991: 207-225) repasa en la relevancia que la metáfora tiene en el vocabulario del IFE. Desde los postulados de la semán-

tica cognitiva, hoy en día, se están realizados estudios de investigación en torno a la enseñanza del léxico figurativo (Deignan et alii, 1997; Boers y Demecheleer, 1997; Henderson, 2000; Charteris-Black 2000; Herrera-Soler y White 2000; Almendárez López 2001 y Cortés de los Ríos, 2001), entre otros. Por ejemplo, las expresiones metafóricas *Companies are in good health* y *Taxes make companies ill* se agrupan bajo el siguiente concepto metafórico: ECONOMICS IS HEALTH CARE (Boers, 1997: 234).

Por último, las colocaciones léxicas son abundantes en el léxico empresarial tales como *trade discounts*, *company car*, etc.

2. El análisis del género

En la actualidad las aportaciones de la teoría del género son muy significativas para la enseñanza del inglés empresarial (Alcaraz Varó, 2000). El análisis del género ha surgido como una de las líneas de investigación de mayor impacto en la didáctica del inglés profesional y académico dentro de la metodología comunicativa. Dicho análisis se lleva a cabo a través de distintos parámetros como la macroestructura, la cortesía comunicativa y el discurso. La macroestructura es el formato u organización superior. La cortesía tiene como objetivo de análisis la matización o *hedging*. Por último, el género está formado por discurso. Para llevar a cabo el estudio de este último deben distinguirse unos parámetros entre los que se destacan la modalidad discursiva (exposición, persuasión, descripción y narración) y las funciones comunicativas expresadas como actos de habla.

Por consiguiente, el conocimiento de la macroestructura, la cortesía comunicativa y el discurso de cada uno de los géneros empresariales facilita a nuestros alumnos el aprendizaje de la comunicación escrita y oral en el ámbito empresarial. En distintos manuales de texto se incluyen tareas encaminadas a identificar la estructura de

dichos géneros, tal y como puede comprobarse en libros como *First Insights into Business* (2000) y *New Insights into Business* (2000) de Longman.

El análisis de cada uno de los géneros escritos y orales más característicos del inglés empresarial se muestra a continuación. En dicho análisis abarcaré, por un lado, la macroestructura, la cortesía comunicativa y el discurso fundamentándose en la metodología comunicativa y, por otro, el lenguaje de cada género con sus peculiaridades sintácticas y léxicas como propone la metodología conductista.

2.1. Géneros escritos del inglés empresarial: el memorandum y la carta comercial

El memorandum

El memorandum o memo es un breve informe profesional que se dirige generalmente a alguien de la propia empresa. Este género se caracteriza por un grado de formalidad neutro que transporta información presentada de forma clara y correcta. Cuando dicho género es un texto largo y su lenguaje es menos coloquial se convierte en un informe. Como sostiene Alcaraz Varó (2000: 147), *el memo es redactado teniendo en cuenta dos cuestiones: la categoría profesional del destinatario y la información contenida o presuposición pragmática*.

La macroestructura está formada por el nombre del destinatario (*From*), el nombre del receptor (*To*), la fecha (*Date*), la hora (*Time*), el tópico (*Subject*) y el mensaje (*Message*).

Los subgéneros más habituales de dicho género son el informe o memorandum técnico, el informe o memorandum comercial y el informe o memorandum financiero. El propósito comunicativo del memorandum y del informe es informar y evaluar cuestiones técnicas, financieras o comerciales (Suau Jiménez 1998: 41).

A modo de ejemplo, la macroestructura de un memorandum financiero en el que el propósito comunicativo es informar y hacer una recomendación es la siguiente (Suau: 1998: 41):

1. Información introductoria: *Rapid growth in new product development... .*
2. Descripción del problema: *The risks to Jaudel is a dispute...*
3. Recomendación general: *Any business we may eventually... should...*
4. Recomendación final: *The ideal solution... would be...*

La cortesía comunicativa se expresa por medio de matizadores tales como la voz pasiva y los verbos modales. A través de estos recursos lingüísticos se pretende conseguir un lenguaje oblicuo.

Por lo que respecta al discurso, este subgénero se articula bajo la siguiente modalidad discursiva: la expositiva. Los actos de habla más representativos son el directivo (recomendar) y el representativo (informar y evaluar).

El léxico técnico y semitécnico es ampliamente utilizado.

(b) *La carta comercial*

La carta comercial es el macrogénero escrito empresarial, por excelencia, debido a la necesidad de comunicación interna que tienen los miembros de esta comunidad discursiva. Es, además, el género empresarial que más subgéneros posee debido a la diversidad de campos que componen la propia actividad profesional de las empresas (Suau Jiménez, 1998: 28).

Este género tiene dos tipos de estructuras: la primaria y la secundaria. La estructura primaria de la carta comercial está formada por el membrete, el nombre y la dirección del destinatario y la fecha, el saludo, el cuerpo de la carta y la despedida.

Las cartas comerciales pueden ser de muchos tipos (solicitud de información *or enquiry*, respuesta a la petición de información *or*

reply to enquiry, de formulación de un pedido *or order*, de reclamaciones *or complaints*, de expresión de disculpas *or apologies*, etc.). Cada una de ellas tiene su propia macroestructura.

Por lo que respecta a la cortesía, ésta se expresa por medio del lenguaje ritualizado. Por ejemplo, *Thank you for your enquiry of 18th May asking for.../I should be obliged if you could kindly send us... /We should be extremely grateful if you would give us your opinion of... .* En términos generales, los hablantes nativos ingleses usan más estrategias de cortesía negativa en las cartas comerciales para preservar su imagen y emplean más expresiones de agradecimiento y de pesimismo que los hablantes ingleses no nativos (Maier, 1992: 202).

A continuación, expongo el análisis del género y del registro de las cartas comerciales más comunes en la práctica empresarial: la carta de solicitud de información, catálogos y lista de precios, la carta de respuesta a la carta de solicitud de información, catálogos y lista de precios, la carta de formulación de un pedido de mercancías, la carta de respuesta a la carta de formulación de un pedido de mercancías, la carta de reclamación y la carta de expresión de disculpas.

(b1) *El género y el lenguaje de la carta de solicitud de información, catálogos y lista de precios.*

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Señalar fuente de información sobre la otra empresa o sus productos: *With reference to your advertisement in.../ As we saw in the advertisement published in...*

2. Describir la propia empresa: *We are one of the largest computer companies...*

3. Mostrar interés en sus productos: *We are interested in increasing our...*

4. Pedir información, catálogos y lista de precios: *Could you please*

ase send us your latest catalogue and price list, including details of quantity discounts .../We should be obliged if you would send us.../Please send us.../Please let us know.

La solicitud de información, catálogos y lista de precios se expresa por medio de actos indirectos. Dichos actos constituyen una estrategia de cortesía negativa y se consiguen a través de expresiones ritualizadas que suelen presentar verbos modales y oraciones condicionales. Del mismo modo, el uso de verbos en modo imperativo se expresa por medio de *please* el cual actúa como matizador de dicha solicitud.

Por lo que respecta al discurso, este subgénero se articula bajo dos modalidades discursivas: la expositiva y la persuasiva. El acto de habla propio es el directivo (solicitar).

Desde el punto de vista sintáctico son frecuentes el uso de los verbos modales, el empleo de *please* con verbos en modo imperativo y las oraciones condicionales. Por ejemplo, *Could you please send... /Please let us know.../We should be obliged if you could send us further information... .*

El léxico semitécnico es abundante. Ejemplos de éste son palabras como *catalogue* y compuestos como *price list, quantity discounts* y *bulk buying*.

(b2) *El género y el lenguaje de la carta de respuesta a una carta de solicitud de información, catálogos y lista de precios*

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Acusar recibo de correspondencia anterior: *Thank you for your letter/enquiry of (date...)/Referirse a los contenidos de la carta anterior: With reference to your letter ... enquiring about...*

2. Indicar el envío de información adjunta: *We have pleasure in enclosing.../ We are enclosing.../We are pleased to enclose... .*

3. Concluir formalmente: *We look forward to.../Please do not hesitate to write if you require further information.*

La respuesta a una carta de solicitud de información, catálogos y lista de precios constituye principalmente una estrategia de cortesía positiva. A través del lenguaje ritualizado como *We are pleased to enclose.../We have pleasure in enclosing...* se pretende integrar al receptor en el terreno del escritor. Del mismo modo, aunque con menor frecuencia, se utilizan recursos de cortesía negativa como el uso de verbos en modo imperativo matizados por *please*.

Por lo que respecta al discurso, este subgénero se articula bajo dos modalidades discursivas: la expositiva y la persuasiva. El acto de habla característico es el expresivo (complacer).

Desde el punto de vista sintáctico es característico el uso de oraciones condicionales para mostrar la disponibilidad de ofrecer más información.

El léxico semitécnico es frecuente. Ejemplo de éste son palabras como *catalogue*, compuestos tales como *price list*, *trade discounts*, *quantity discounts*, *delivery dates* y falsos amigos como *to despatch* y *to deliver*.

(b3) El género y el lenguaje de la carta de pedido de mercancías

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Acusar recibo de correspondencia anterior: *We thank you for your letter of (date), enclosing your catalogue, price-list and samples of (items).*

2. Mostrar aprobación de muestras y formular el pedido: *We have examined your samples and would like to place the following order...*

3. Adjuntar el pedido oficial de compra y describir los medios de pago: *We enclose our official purchase order and will pay for the goods by banker's draft on receipt of your pro forma invoice.*

4. Concluir formalmente: *We look forward to...*

La cortesía comunicativa de este subgénero es negativa. Los recursos lingüísticos a través de los cuales se persigue dicha cortesía son los verbos modales que actúan como matizadores del acto de petición de mercancías.

Por lo que respecta al discurso, este subgénero se articula bajo dos modalidades discursivas: la expositiva y la persuasiva. El acto de habla propio es el directivo (pedir).

Desde el punto de vista sintáctico son frecuentes los verbos modales y el futuro simple.

El léxico semitécnico es frecuente. Ejemplos de éste son palabras como *catalogue, goods, samples* y los compuestos: *letter of credit, to place an order, pro forma invoice, price list, terms of payment, banker's draft, order form* y *bulk orders*.

(b4) *El género y el lenguaje de la carta de respuesta a una carta de pedido de mercancías*

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Acusar recibo de un pedido: *We are pleased to acknowledge your order of (date) for...*

2. Adjuntar documentos: *The air way-bill, insurance certificate and invoice for freight charges and insurance are enclosed.*

3. Informar sobre el envío: *The goods will be despatched by air on receipt of your banker's draft.*

4. Concluir formalmente: *We look forward to receiving further orders from you in the future.*

La respuesta a una carta de pedido de mercancías constituye principalmente una estrategia de cortesía positiva. A través del lenguaje ritualizado como por ejemplo, *We are pleased to acknowledge your order* se pretende integrar al receptor en el terreno del emisor. Del

mismo modo, la voz pasiva se emplea como recurso lingüístico de cortesía negativa. A través de ésta, el emisor, respetando el terreno del receptor, impersonaliza la acción del envío de mercancías para solicitar el pago acordado.

Por lo que respecta al discurso, este subgénero se articula bajo dos modalidades discursivas: la expositiva y la persuasiva. Los actos de habla propios son el expresivo (complacer) y el directivo (solicitar el pago de la mercancía).

Desde el punto de vista sintáctico es representativo de este tipo de carta el uso de oraciones en voz pasiva.

El léxico semitécnico es frecuente. Ejemplos de éste son las palabras como *goods*, *orders*, *invoice*, los compuestos como *banker's draft*, *pro forma invoice*, *air way-bill*, *insurance certificate* y los falsos amigos como *despatch* y *collect*.

(b5) El género y lenguaje de la carta de reclamación

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Formulación de la reclamación: *I am writing to complain about ... / I have just received a consignment from you and regret that...*

2. Explicación detallada del motivo de la reclamación: *We ordered ... pencils but the crate only contains ... /Most of the goods are off. In fact the whole consignment looks as if it was loaded and they left for two days with no cooling system.*

3. Petición de solución del problema con uso de tácticas de presión: *If you cannot reassure me about the reliability of your delivery dates, I shall have to seek an alternative supplier./ I need a replacement of this consignment immediately. Such a situation cannot be allowed to happen again...*

La cortesía comunicativa propia de este tipo de carta es negativa. Son numerosas las expresiones que mitigan el carácter amena-

zador propio del acto de la reclamación. A modo de ilustración, se citan las siguientes: *If you cannot reassure me about the reliability of your delivery dates, I shall have to seek an alternative supplier/We think you ought to know so that you might take some action to prevent possible damage in future deliveries.*

Asimismo, para atenuar el efecto impositivo de la reclamación en ocasiones, se emplean las nominalizaciones, tal como, *I cannot accept the possibility of this delay.*

Además, cabe especificar los siguientes recursos lingüísticos como estrategias de cortesía comunicativa: los verbos modales, las oraciones condicionales y la voz pasiva. Respecto a esta última, el escritor la utiliza como atenuador del acto amenazador al borrar al agente o pasarlo a un segundo plano.

De entre las modalidades discursivas, hay que señalar la expositiva y la persuasiva. Los actos de habla propios son el directivo (la queja) y el comisivo (la amenaza).

Desde el punto de vista sintáctico son frecuentes la voz pasiva, el uso de verbos modales, las oraciones condicionales, así como las concesivas (*In spite of the fact we have already had to write to you three times this month concerning the above, we now find that we must write yet again*) y consecutivas (*We need the pencils to complete deliveries already promised to our customers. Therefore, we must ask you to despatch the additional 8,000 pencils at once*).

El léxico semitécnico es frecuente. Sirva de ejemplo las palabras tales como *consignment, ship, orders, deliveries*, compuestos como *delivery dates, alternative supplier* y falsos amigos como *despatch*.

(b6) *El género y el lenguaje de la carta de expresión de disculpas*

La macroestructura de esta carta consta de los siguientes movimientos:

1. Referencia a un contacto previo: *Thank you for your letter of... /We have received your letter of... complaining about...*

2. Formulación de la disculpa: *I apologise for... / I was very sorry to hear about the problems.../We are extremely sorry to...*

3. Justificación del error cometido: *We normally pride ourselves on ..., but in this case.../ The mistake was due to...*

4. Propuesta de solución del problema: *We are looking into some of the specific points you mentioned to solve ...*

5. Reiteración de la disculpa con la expectativa de mantener relaciones comerciales con la empresa: *I can only offer my most sincere apologies and can assure you that .../ We can assure you that every effort will be made to ensure that similar errors do not occur again.*

La cortesía comunicativa de este subgénero es negativa. Los recursos lingüísticos empleados constituyen estrategias que consisten en respetar el terreno del interlocutor. Éstos son los siguientes: los maticadores mediante adverbios, intensificadores de tipo emocional, que enfatizan la formulación de la disculpa: *We are extremely sorry.../ We greatly regret...*, las expresiones que aluden a la imagen positiva del emisor que ha sido amenazada: *We can assure you that every step has been taken to avoid this type of situation in future.* y el uso de la voz pasiva con la intención de enfatizar la solución propuesta al problema: *...have already been forwarded to you/ Every effort will be made ...*

Por lo que respecta al discurso, este género se articula bajo dos modalidades discursivas: la expositiva y la persuasiva. Los actos de habla propios son el comisivo (prometer) y el expresivo (disculparse).

Desde el punto de vista sintáctico son frecuentes la voz pasiva, el uso de adverbios como intensificadores emocionales, oraciones causales (*Every effort will be made... /We greatly regret .../This was due to...*) y oraciones concesivas (*However, your order is being dealt with and will be sent without further delay*).

El léxico semitécnico es frecuente. Ejemplos de éste son palabras como, *consignment, order, deliveries* y compuestos: *delivery dates* y *sincere apologies*.

2.2. Los géneros orales más característicos del inglés empresarial: la entrevista, la reunión de negocios y la presentación de una empresa.

Los géneros orales se apoyan en el esquema básico de la conversación.

(a) La entrevista de trabajo

La entrevista se relaciona con otro género escrito, a saber, el currículum vitae y se caracteriza por la relación asimétrica que existe entre los dos interlocutores (entrevistador y entrevistado) ya que no tienen el mismo poder social.

La macroestructura de este género es un acontecimiento de habla formado por cuatro fases conversacionales: saludo y comunicación fática, análisis del currículum, negociación, comunicación fática y despedida. Cada uno es generado por la introducción de un nuevo tópico. El movimiento central es el análisis del currículum en el que se identifican cuatro pasos (Guillén, 1995: 86 y ss.)²:

1. Saludo y comunicación fática: *Please sit down. You're...*
2. Análisis del currículum:
 - a. Las motivaciones: *Why do you want to change?/Why do you apply this job?*
 - b. La experiencia profesional: *What's your present job like?*
 - c. Las expectativas: *So you want a job with better prospects?*
 - d. La vida privada: *When do you plan to get married?*

² Citado por Alcaraz Varó, E (2000: 159-160).

3. La negociación del sueldo y las condiciones de trabajo: *How much would you expect to earn in this job?*

4. Comunicación fática: agradecimiento y despedida: *Thank you very much for your time, (name). You'll be hearing from us soon.*

Por lo que respecta a la cortesía comunicativa, las convenciones impuestas por dicho subgénero establecen la utilización de un lenguaje que trata de mitigar la solicitud de empleo. Así pues, se emplean verbos modales y oraciones condicionales para matizar el acto de dicha solicitud. Del mismo modo, es característico el uso de marcas conversacionales para señalar la alternancia de los turnos de habla en una entrevista de trabajo entre entrevistador y entrevistado, así como el lenguaje no-verbal para conseguir una correcta cortesía.

En cuanto al discurso, este subgénero se articula bajo una modalidad discursiva: la persuasiva. El acto de habla propio es el comisivo (solicitar).

Desde el punto de vista sintáctico es representativo el uso de verbos modales y las oraciones condicionales.

El léxico semitécnico es frecuente. Ejemplos de éste son las palabras como *interview, candidate, application, recruitment, etc.*

(b) La reunión de negocios

La reunión de negocios es uno de los géneros orales más comunes del ámbito empresarial. A menudo el directivo de una empresa se reúne con miembros de su propia empresa para tratar cuestiones de interés. En ésta hay que distinguir dos macroestructuras. Una que recoge los movimientos junto con las expresiones lingüísticas que un directivo debe utilizar para dirigir una reunión. Otra que indica los movimientos con las expresiones lingüísticas que los participantes deben emplear.

Así pues, para dirigir una reunión, existen expresiones ritualiza-

das que siguen una macroestructura concreta a través de los siguientes movimientos:

1. Abrir la reunión: *I could start by asking Mr... for a few words?/Right, we may move on to the agenda then, please, etc.*
2. Establecer el tono: *Before we begin, I should like to say that I hope the meeting will be constructive.*
3. Comenzar el debate: *Who would like to start with a comment on this?*
4. Controlar el debate: *Who agrees with...?*
5. Resumir: *This seems a sensible and constructive suggestion.*
6. Cerrar la reunión: *Thanks for coming everybody.*

Para participar en una reunión de negocios, existen expresiones ritualizadas que siguen una macroestructura específica a través de los siguientes movimientos:

1. Expresar opiniones: *I think/I consider/I feel that/I have no doubt that...*
2. Expresar acuerdo: *I quite agree/I'm all in favour of that.*
3. Expresar desacuerdo: *I'm sorry but I don't agree at all/But excuse me. I can't agree.*
4. Sugerir: *How about... ¿/Why don't we/Don't you think this would be...?*

La cortesía comunicativa de este género es negativa. Los recursos lingüísticos que se emplean son los verbos modales, las expresiones de disculpa a través de formas mitigadas (*I'm sorry/Excuse me*), el uso de *please* para matizar las peticiones y los adverbios como intensificadores de tipo emocional para mostrar acuerdos o desacuerdos (*I quite agree*).

En este género oral se emplean, en especial, los siguientes actos de habla (Alcaraz Varó, 2000: 161):

- a) Los expresivos (dar la bienvenida, felicitar, agradecer, disculparse, etc).

b) Los directivos los emplea el hablante para intentar que el receptor haga algo: mandar, pedir, rogar, solicitar, etc.

c) Los representativos o asertivos los emplea el hablante para exponer que lo que declara es verdadero (asegurar, explicar, describir, etc.).

d) Los comisivos los emplea el hablante para expresar el compromiso de que actuará o ejecutará algo en el futuro (prometer, garantizar, amenazar, etc.).

El léxico general y semitécnico es abundante. Sirvan de ejemplo las palabras siguientes: *feel, comment, suggestion, to be sorry, to agree, meeting* y falsos amigos como *agenda*.

Desde el punto de vista sintáctico es frecuente el empleo de verbos modales.

(c) *La presentación de una empresa*

La presentación de una empresa es un género oral que se utiliza para dar a conocer a uno o varios interlocutores la historia, las características y los objetivos principales de una empresa.

La macroestructura de la presentación de una empresa consta de los siguientes movimientos:

1. Introducir la empresa: *Good afternoon my name's ... and I'd like to talk to you about my company which is called ...*

2. Describir la empresa (ubicación, sede central, sucursales, tipo de empresa, actividad, número de empleados, volumen de negocio, proyectos actuales): *I'd begin firstly by describing our organization and then go on to outline for you the way in which operate. Well it's based in... The head office is in ...but we have a small branch office in... It's a limited liability company. Laramont's main business is ...This company employs over... people. Our turnover is... Our current projects are...*

3. Resumir: *So, what I've been trying to do this afternoon, or in this brief introduction, is to show the kind of organisation we are.*

4. Solicitar preguntas: *Are there any questions?/If there are any questions, I'll be happy to try to answer them.*

La cortesía comunicativa de este género oral es negativa. Los recursos lingüísticos a través de los cuales se persigue un lenguaje oblicuo son los matizadores como los verbos modales y las estrategias de impersonalización tales como la voz pasiva, así como los verbos impersonales.

El discurso de este género se articula bajo dos modalidades discursivas: la narrativa y la expositiva. El acto de habla más característico es el representativo (describir).

Desde el punto de vista sintáctico son frecuentes el uso de verbos modales, la voz pasiva, los verbos impersonales, las oraciones condicionales y oraciones consecutivas.

El léxico técnico y semitécnico es abundante: Ejemplos de éste son *turnover, a limited liability company, head office, branch office, etc.*

3. Conclusiones

Con este trabajo he pretendido llevar a cabo una descripción lingüística de una de las ramas del inglés para fines específicos, a saber, el inglés empresarial. Para realizar dicha descripción he seguido las aportaciones del análisis del registro y el análisis del género por enmarcarse en los estudios del IFE. En consecuencia, se muestran las estructuras morfosintácticas más frecuentes en el inglés empresarial, tanto en su vertiente escrita como oral, y las características léxicas que configuran dicha rama.

Asimismo, se intenta poner de manifiesto que a través de la complementariedad entre ambos análisis, el alumno de inglés empresarial podrá conocer de manera óptima los géneros escritos y los ora-

les más representativos de esta rama del IFE, ya que al aprender la macroestructura, cortesía comunicativa y el discurso de cada género, así como las estructuras sintácticas y unidades léxicas que definen a cada uno de ellos, el estudiante podrá comprender y recordar las peculiaridades textuales y lingüísticas del inglés de los negocios con un mejor rendimiento.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Varó, E.** (2000). *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Alcaraz Varó, E. y Hughes, H.** (1996). *Diccionario de Términos Financieros y Comerciales*. Barcelona: Ariel.
- Almendárez López, I.** (2001). «Modelos cognitivos como herramienta de trabajo en la clase de inglés». *Methodology and New Technologies in Languages for Specific Purposes*. Posteguillo, S.; Fortante, I.; Plamer, S.; J.C. (eds.). Castello de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume, I. pp. 145-155.
- Boers, F.** (1997). «No pain, no gain in a free-market rhetoric: a test for cognitive semantics?» *Metaphor and Symbol*, 12 (4) 231-241.
- Boers, F. y Demecheleer, M.** (1997). «A few metaphorical models in western economic discourse». *Discourse and Perspective in Cognitive Linguistics*, pp. 115-129.
- Cortés de los Ríos, M. E.** (2001). «The teaching of metaphor in the advertising discourse of business newspapers». *Ibérica* 3: 91-106
- Charles, M.** (1996). «Business Negotiations: Interdependence between discourse and the business relationship». *English for Specific Purposes* vol. 15/1: 19-36.
- Charteris-Black, J.** (2000). «Metaphor and vocabulary teaching in ESP economics». *English for Specific Purposes* 19: 149-165.
- Deignan, S. et alii.** (1997). «Teaching English metaphors using cross-linguistic awareness-raising activities». *ELT Journal* Vol 51/4: 352-360.
- Dudley-Evans, T. y St. John M.J.** (1998). *Developments in English for Specific Purposes: A Multi-disciplinary Approach*. Cambridge: C.U.P.
- Ellis, M. y Johnson, CH.** (1994). *Teaching Business English*. Oxford: O.U.P.
- Halliday, McIntosh y Stevens, P.** (1964). *The Linguistic Sciences and language Teaching*. Londres: Longman.

- Henderson, W.** (2000). «Metaphor, Economics and ESP: some comments». *English for Specific Purposes* 19: 167-173.
- Herrera Soler, H. y White, H.** (2000). «Cognitive linguistics and the language learning process: a case from Economics». *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense*, 8: 55-78.
- Hoffmann, L.** (1985). «Material Design in Function of Defined Objectives» en Cornu, A. M. et alii. (Eds.) *Beads or Bracelet? How do We Approach LSP?* Oxford: O.U.P. pp. 45-60.
- Hutchinson, T. y Waters, A.** (1987). *English for Specific Purposes. A Learning-Centred Approach*. Cambridge: C.U.P.
- Lindstromberg, S.** (1991). «Metaphor and ESP: a ghost in the machine?». *English for Specific Purposes* 10: 207-225.
- Maier, P.** (1992). «Politeness strategies in business letters by native and non-native English speakers». *English for Specific Purposes* vol. 11: 189-205.
- Pickett, D.** (1989). «The sleeping giant: investigations in Business English». *Language International*, vol. 1/1: 5-11.
- Robinson, P.** (1991). *ESP Today: A Practitioner's Guide*. Hemel Hempstead. Hertfordshire: Prentice Hall.
- Suau Jiménez, F.** (1998). «La traducción empresarial». *Centro de Estudios sobre Comunicación Interlingüística e Intercultural*. Documentos de Trabajo. LynX., 16: 1-60.