

CAPÍTULO 6
EL INFORME EMPRESARIAL

En anteriores capítulos hemos visto que la importancia del lenguaje escrito en la empresa se puede equiparar a la creciente relevancia que ostenta el discurso oral. En el capítulo 3 apuntamos la valoración de la escritura con respecto a las situaciones o destrezas comunicativas relacionadas, a su vez, con la práctica de ciertos géneros. Asimismo, en los capítulos 2, 3 y 4 describimos la importancia y ubicación del inglés de los negocios y del informe dentro del mundo de la empresa. Hemos visto cómo este documento tiene su relevancia, aunque siempre dependiente del contexto situacional en el que se desarrolle. Igualmente se ha expuesto cómo se valora este género o destreza comunicativa dentro de la enseñanza del IN.

El capítulo 5 mostró cómo este documento constituye un género dentro del mundo de los negocios. Consideramos, desde un punto de vista pedagógico, que no existen dudas sobre la concepción del género del informe empresarial, y sobre qué aspectos didácticos deben regir su incorporación al aula del IN. Por esta razón, pretendemos definir en este capítulo qué es para nosotros el informe empresarial. La concepción propuesta será la que consideremos en nuestra investigación y aplicación pedagógica. Además, trataremos de ver cómo el informe ha sido tratado bajo el prisma de la investigación y la pedagogía, al igual que estudiaremos su tratamiento en los libros de texto y algunos ejemplos reales obtenidos de diferentes fuentes (p. ej., Internet) y que demostrarán la dificultad que entraña delimitar en exceso este documento y, a su vez, qué similitudes facilitan nuestra aplicación docente. Así, nuestro propósito será delimitar el marco teórico de nuestra experimentación, refiriéndonos estrictamente a los aspectos que realmente van a ser relevantes dentro de las actividades desarrolladas en el aula y en las posteriores valoraciones de los alumnos.

6.1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los anteriores capítulos hemos demostrado que el inglés profesional y académico (y en concreto, el inglés de los negocios) está adquiriendo mayor

importancia, debido en gran medida al cada vez más multi-cultural mundo de los negocios (como recogen también Fletcher y Gowing, 1990; Ellis y Johnson, 1994; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Alcaraz Varó, 2000). Así St John (1996: 3), basándose en estudios anteriores, señala dos destrezas o situaciones comunicativas que destacan en el discurso escrito del mundo de los negocios: la correspondencia y la escritura de informes. Esto también lo recogieron Ellis y Johnson (1994: 36, 167) en su relación acerca de las destrezas esenciales en el mundo empresarial, entre las que destacan la complejidad de las técnicas de redacción de informes. Igualmente, Brieger (1997: 6, 63) admite que se trata de una de las situaciones comunicativas del discurso escrito empresarial más complejas. Finalmente, Alcaraz Varó (2000: 147) lo considera, junto con la correspondencia y el memorándum, como uno de los géneros básicos en el IN.

De las investigaciones apuntadas en los capítulos 3 y 4 se desprendía que la correspondencia es el discurso escrito que más atención ha recibido tanto en el ámbito nacional como en el internacional (véase el apartado 3.5.3.5, sección d). Por lo que respecta al tema de los informes, las investigaciones son más bien escasas (Ruiz Garrido, 1997). Además, la atención que se le ha prestado es diversa, derivada de su variabilidad. En especial, podemos encontrar trabajos acerca de diferentes aspectos de los informes anuales (Lampi, 1992; Berry, 1997; Curtis, 1997, 1998; Hyland, 1998a; Foz Gil, 1999), sobre informes técnico-científicos (Giménez, 1996; González Pueyo, 1996; Ho, 1997; McKenna, 1997; Duque García, 2000; García Sánchez y Vicente Pérez, 2001), relacionados con la resolución de casos (Labrador Piquer, 1998; Du-Babcock, 1999; Almagro Esteban, 2001), o incluso sobre algún tipo específico de informes (Gay et al., 1998, sobre informes de auditorías) y algunas características lingüísticas de diversos documentos entre los que se encuentra el informe empresarial (Henderson Osborne, 1999). Si bien es cierto que en muchos aspectos todos estos informes se solapan de alguna forma, también es verdad que nuestro interés nos ha llevado a ser lo más concretos posible en cuanto al uso de nuestra bibliografía, por lo que en su mayoría, nuestras referencias se adecuan a los trabajos relacionados directamente con el mundo de los negocios y con el IN (aunque sean inevitables las referencias, en especial, a los denominados informes técnicos).

Siguiendo con la valoración del informe empresarial, al margen de los estudios ya mencionados en el capítulo 4, otras investigaciones recientes sobre las necesidades comunicativas en el mundo empresarial de habla no inglesa demuestran que la escritura de informes en el mundo de los negocios es un aspecto a tener en cuenta. Por ejemplo, Louhiala-Salminen (1996) realiza un estudio entre hombres de negocios finlandeses, quienes en un 51% destacan la importancia de la lengua escrita en su ámbito profesional, siendo la redacción de informes una de las destrezas más valoradas. De igual forma, otro estudio llevado a cabo en Brasil por Barbara et al. (1996: 69) señala que

among the *types of documents* produced in general, *reports, meetings* and *memos* are those most widely used, which is understandable. So is the fact that *proposals, prospectuses, reports* and *projects* in English are widely used by the organisations who use foreign languages, as these documents are particularly meant for external communication, which often requires the use of an international language.

Sin embargo, este último estudio pone de nuevo en evidencia un aspecto que se ha convertido en una de las dificultades más importantes con las que se enfrenta el informe empresarial (y con la que nos enfrentamos nosotros mismos), siendo recogida por diversos autores (Barabas, 1990; Carter, 1990; McCarthy y Carter, 1994; Cassany i Comas, 1996). Hablamos de la confusión del término. Todos estos estudios hablan de que sus resultados demuestran la visión diferente que existe dentro del mundo de los negocios acerca de qué es un informe empresarial. No obstante, como apuntan la mayoría de autores, esto no nos impide en absoluto tratar de aportar una definición lo más concluyente e inclusiva posible. En el capítulo anterior afirmamos la necesidad de ofrecer una definición amplia que dé cabida a las múltiples funciones comunicativas específicas que puedan tener los informes empresariales. Cassany i Comas (1996: 125) indica que en el mundo de las empresas privadas se entiende *informe* como “un text escrit —rarament oral— sobre un tema tècnic (economia, informàtica, mercats, comptabilitat), d’extensió, estructura i estil extremadament variables”.

Quizá debido a este sentido de variedad y diversidad, existe un número sinfín de literatura dedicada a la escritura de informes y otros documentos empresariales en general. Podremos apreciar a lo largo de este capítulo la existencia de un número ilimitado de manuales especializados. La mayoría de las referencias bibliográficas en nuestro trabajo proceden de los países de habla anglosajona, por ser su lengua materna

objeto de nuestro interés. No obstante, conviene apuntar que existen algunos manuales que no merecen ser calificados como tales debido a su poca fiabilidad y su escasa base teórico-práctica (y que hemos decidido obviar en esta tesis).

Por lo que respecta a los utilizados, diremos que muchos pueden caer en lo que se suelen denominar *How-to books*. Son libros que explican y dirigen al lector para que sea capaz de escribir un tipo de documento con eficacia en el menor tiempo posible. Existen otros libros dedicados a la comunicación entre empresas, y que resultan más interesantes y completos. Además, todos ellos son manuales que se utilizan regularmente en las universidades norteamericanas y británicas. Otro aspecto destacado en todos ellos, así como en el anterior trabajo de Cassany i Comas (1996), es la consideración del proceso de escritura. Barabas (1990: 280) apuntaba el principio de los años 90 como época en la que se empieza a considerar este proceso, a la audiencia y el objetivo, antes de empezar a escribir. La literatura que hemos utilizado en este capítulo demuestra esta tendencia que resulta normal en la actualidad, tal y como también consideramos en nuestra experimentación. El único problema que plantean estos manuales es su excesiva semejanza. Alguien puede decir que visto uno, vistos todos, y no estaría desencaminado. Resulta muy peculiar que todos tengan tan semejantes contenidos, así como su apariencia exterior e interior, su estructuración, e incluso, últimamente sus ayudas complementarias a través de Internet.

Finalmente, quisiéramos apuntar otros dos aspectos a tener en cuenta durante el resto de nuestro trabajo. El primero, ya fundamentado, es la relevancia que la escritura de informes tiene actualmente dentro del mundo empresarial. Es más, como dicen Bowman y Branchaw (1988: 15) “whatever changes take place in communication technology over the next several years, it is certain that oral and written reports will continue to play a vital role”. El segundo aspecto a destacar es nuestra pretensión de que este estudio sirva como impulso definitivo en la investigación de este tipo de documento empresarial comunicativo dentro del contexto de la enseñanza de una segunda lengua. Durante muchos años, la enseñanza de técnicas de escritura no ha prestado atención a los distintos procedimientos y estrategias implícitos en la creación de informes (St John, 1996). Creemos que el informe no sólo debe enseñarse en el aula por ser uno de los géneros del mundo de los negocios, sino también por ser un buen instrumento para la enseñanza de la composición escrita del IN (tal y como plantea Marshall (1991) y

corroboran García Sánchez y Vicente Pérez (2001: 410) con respecto al informe técnico-científico y el lenguaje científico). Para justificar su uso definiremos qué entendemos por *informe empresarial*.

6.2. EL CONCEPTO DE INFORME

Recordemos que, hasta el momento, hemos situado la escritura de informes como una destreza o situación comunicativa y como género del mundo de los negocios. También hemos identificado el informe como un texto que puede caracterizarse como interactivo o no-interactivo y de producción primaria o secundaria, dependiendo del contexto situacional en el que se desarrolle dicho documento (según la propuesta de Louhiala-Salminen, 1995: 100, explicada en el capítulo 4). Sin embargo, y a pesar de la dificultad que plantea para todos los expertos definir *informe*, todos ellos ofrecen su propuesta. Así, y desde un punto de vista estructural, Mitchell (1974: 11) señala que “a technical report is a written statement of the facts of a situation, project, process or test; how these facts were ascertained; their significance; the conclusions that have been drawn from them; the recommendations that are being made”.

Fletcher (1983: 1) ofrece dos definiciones que pueden completar el concepto de informe aportado por Mitchell, subrayando cierto interés desde un prisma comunicativo e investigador. Según dicho diccionario, este tipo de texto puede ser definido como:

- “an account brought by one person to another, especially of some matter specially investigated”, y
- “a formal statement of the results of an investigation, or of any matter on which definite information is required, made by some person or body instructed or required to do so”.

Según Fletcher ambas definiciones son complementarias; si bien es cierto que la segunda es bastante más completa, es innegable —tal y como se explicará más adelante— que un informe puede escribirse por iniciativa propia y sin que exista tipo alguno de solicitud previa. Del mismo modo, el *Collins Cobuild English Dictionary* (2001) define este mismo concepto como “an official document which a group of people issue after investigating a situation or event”.

Siguiendo con definiciones previas, y ahondando en el ámbito en el que se inscribe nuestra investigación (la enseñanza de la lengua inglesa de especialidad), Brieger y Comfort (1992: 211) definen este tipo de textos por medio de su división en cuatro características. Un informe, en su opinión, tiende a ser:

- “a written statement,
- prepared for the benefit of others,
- describing what has happened or a state of affairs, and
- normally based on investigation”.

Cassany i Comas (1996: 126) también se basa en las características para ofrecer una definición de informe técnico (así lo llama él por su carácter técnico-científico):

- “un discurs *escrit*,
- exclusivament *intern* de l’organització,
- sobre un tema mitjanament *tècnic* o *especialitzat*,
- que es vehicula per un canal *formal* de comunicació,
- el qual la major part de les vegades és de tipus *vertical* i *ascendent*”.

Una definición que destaca el objetivo del informe es la presentada por Himstreet y Baty (2000: 132), para quienes este tipo de texto implica “un mensaje oral o escrito que se utiliza para:

1. comunicar información acerca de la situación de un área determinada o de una investigación, con el fin de servir al proceso de adopción de decisiones, o
2. presentar la solución a un problema”.

Las definiciones vistas hasta el momento pueden servirnos en cualquier ámbito laboral o académico de nuestras vidas. Sin embargo, algunos autores sólo consideran el informe como una herramienta de comunicación propia del mundo empresarial, definiéndolo dentro de ese contexto, y siendo así un concepto más próximo al uso que deseamos. De esta forma, Delisau (1986: 18) dice que un informe es “un conjunto de informaciones y comunicaciones acerca de acontecimientos internos y externos de la empresa, ordenados y organizados en forma que permita una rápida comprensión y valoración, dirigida desde los niveles más bajos de la jerarquía empresarial a los más altos, y/o viceversa”. Otra definición más breve y estrictamente funcional es la que ofrecen Bowman y

Branchaw (1988: 12), quienes definen el informe como “an organised presentation of information to a specific audience for the purpose of helping an organisation achieve an objective”. Todavía más genérica resulta la definición del *Oxford Dictionary of Business English* (1995) que lo presenta el informe como “a written or spoken account of something”.

Sin embargo, existen algunas definiciones basadas en ciertas características esenciales en cualquier informe, y que también se enmarcan de manera específica dentro del mundo empresarial. Lesikar y Pettit (1995: 3) ofrecen una definición formal para el estudiante. Según ellos, “a business report is an orderly and objective communication of factual information that serves some business purpose”. Próxima a esta definición está la que presentan Lehman et al. (1996: 498). Ellos consideran que un informe es “an orderly, objective message used to convey information from one organisational area to another or from one institution to another to assist in decision making or problem solving”. Tanto en este caso como en el presentado por Lesikar y Pettit podemos observar que los conceptos de información y organización se convierten en aspectos básicos.

Tratando de cubrir el máximo campo posible, Rosenberg (1999: 4) nos ofrece una definición basándose en dos fuentes. La primera, del Australian Economic Co-operation Programme, y de claro carácter funcional, indica que el principal objetivo de un informe es “to inform, advise, persuade, precede or up-date, interpret, confront problems, answer questions, suggest options [and] to communicate information”. A esta idea, añade la expresada por la Environmental Protection Agency, EE.UU., que dice que “it answers the questions of who, what, where, when, why and how. It is logical and accurate. It is concise yet complete. It defines all areas of regulatory concern ... clearly, succinctly, factually and objectively”.

Donna (2000: 260) no ofrece exactamente una definición del término, pero sí algunos datos que deben ser tenidos en cuenta como veremos posteriormente. Ella dice que “reports can be anything from a long memo (i.e. a single page) to a 50-page, well organised and formatted analysis of a particular situation....[reports] can effect enormous change so they are extremely important to students”.

Como puede apreciarse de la variedad existente en las definiciones anteriores, y como Cooper (1964) ya apuntó en su momento, no existe una única respuesta satisfactoria a la hora de definir un informe. Por tanto, debemos asumir que, de manera general, este tipo de texto no deja de ser el relato de algo que ha sucedido previamente. Este concepto entronca con otros como el de resumen, anteriormente trabajado por diversos autores (Brown, 1981; Stotesbury, 1990; Palmer Silveira 1996b, 1997). Björk y Räisänen (1997) consideran que es imprescindible ser capaz de discernir entre lo importante y lo redundante para redactar cualquier tipo de resumen; el informe mantiene las características observadas en análisis previos de distintos tipos de resumen⁶². Parece lógico, pues, encontrarnos trabajos como el de Davies (1994) y Palmer Silveira (2001) que demuestran la relación evidente entre las técnicas de resumen y las de escritura de informes. Por su parte, Donna (2000) indica como principal dificultad de este documento el hecho de tener que recoger información, resumirla y organizarla. Por tanto, vemos como en cualquier tipo de informe la habilidad de condensar información es cada vez más esencial.

Así pues, la definición de informe como conjunto de datos o hechos que transmiten cierta información acerca de un tema, detalla una de sus características puntuales, tal y como veremos más adelante. No obstante, siguiendo con las definiciones arriba señaladas, no hemos de obviar que dichos textos se elaboran para beneficio de otras personas, sus posibles lectores. Los autores que tratan el tema de la escritura de este tipo de textos señalan al lector como una parte a considerar a la hora de crear dicho documento (Cooper, 1964; Mitchell, 1974; Fletcher, 1983; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Fletcher y Gowing, 1990; Forman y Kelly, 1990; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Graham y Graham, 1994; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Riordan y Pauley, 1996; Bell, 1997; Bowden, 1997, 1999; McMurrey, 1997; VanHuss, 1998; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999; Donna, 2000). Tengamos en cuenta que, desde el punto de vista comunicativo, un informe necesita un receptor de la información transmitida, por lo que la función del lector es una característica imprescindible dentro de este tipo de discurso. Todo esto se

⁶² Es importante observar que el resumen como género puede ser definido por un número ingente de expresiones, tales como *synopsis*, *précis*, *abstract*, *compendium*, etc., tal como comentan Lucisano y Kadar-Fulop (1988).

imbricaría en la concepción socio-construccionista de la enseñanza de la composición escrita.

Otras de las características comunes observadas en las anteriores definiciones de informe son la objetividad de la información que se comunica y su estructuración ordenada, de la cual hablaremos más adelante. Si la función del informe es la de tomar una decisión o resolver un problema, la presentación de la información recogida debe ser objetiva, incluyendo aquella sección (*recomendaciones*) que en caso de aparecer debe enfatizar, según Bowden (1997: 74) “the factual material presented and the conclusions drawn, rather than on any personal beliefs, biases or prejudices”. El concepto de objetividad informativa es también escogido por diversos autores (Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Himstreet y Baty, 1990; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Bowden, 1997, 1999; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999). Donna (2000: 261) indica que al alumno se le debe enseñar a diferenciar entre hecho y opinión para su adecuada aplicación a este documento.

Debemos admitir la existencia de informes orales y escritos (tal y como se explica más adelante). De forma habitual, los primeros reciben el nombre de presentaciones y, por su carácter hablado muestran algunas características más afines a este medio de comunicación. No obstante, nosotros solamente nos ocupamos de los informes escritos, ya que nuestro propósito es estudiar la destreza de la escritura en inglés dentro de un aula de IPA. De forma similar a una presentación, un informe escrito puede copiarse y distribuirse entre mucha gente (por tanto, tener muchos lectores). Además, el receptor del mensaje tiene tiempo de estudiar su contenido con detenimiento, ya que este tipo de textos suele ser guardado durante mayor tiempo que un texto oral, además de exigir una mayor corrección (Cooper, 1964; Fletcher, 1983; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Mort, 1992; Lesikar y Pettit, 1995). Observando todas estas razones, la definición que proponemos y que utilizaremos a lo largo de nuestra investigación es la siguiente:

un informe empresarial es

- un conjunto de datos o hechos (conjunto de *información*),
- transmitidos de forma *escrita*,
- *objetiva y ordenada*,
- a una *persona* o *grupo de personas*,
- pertenecientes a la *misma empresa* o *externas* a la misma,
- a partir de la *información* previamente *recibida* o *recogida* por
- el *autor* o *autores* del mismo
- con los fines principales de informar y facilitar la toma de decisiones.

En esta definición podemos apreciar el proceso de comunicación: transmitir un mensaje entre al menos dos interlocutores (individuales o colectivos; con una relación laboral determinada, dando lugar a relaciones comunicativas ascendentes, descendentes u horizontales, y pertenecientes al concepto más amplio de comunidad discursiva del mundo de los negocios), a través de un medio escrito, y con dos particularidades fundamentales —su objetividad y su claridad estructural— estableciendo como funciones comunicativas principales la mera información y la posibilidad de tomar decisiones posteriores en base a ella.

Asimismo, en cuanto a la categorización del IN comentada en el capítulo 4 y basada en Louhiala-Salminen (1995), este documento se puede considerar en un término intermedio en lo que se refiere a su interactividad y a la información producida. En primer lugar, si bien se puede considerar este documento como no-interactivo al no obtener una respuesta inmediata (tal y como indica Yli-Jokipii, 1994), este tema depende del contexto, como repetimos a menudo. Así, nuestro planteamiento de informe empresarial sí requiere una respuesta a corto, medio o largo plazo, por lo que tiene cierto carácter interactivo⁶³. En segundo lugar, y a partir de nuestra definición, la

⁶³ Sirva como ejemplo el *informe anual*. Su finalidad es ofrecer información actualizada y crear una impresión favorable entre su audiencia objetivo (O'Hair et al., 2001: 367). Hyland (1998a) estudia una sección de este documento, la carta del presidente, que considera como un género promocional. No obstante, el documento en sí es uno de los instrumentos comunicativos más importantes de la empresa hacia el exterior puesto que vende una imagen de la empresa a actuales y potenciales inversores y a los mediadores financieros, entre otros. De esta forma se espera una respuesta positiva por parte de la variada audiencia, ya sea en forma de respaldo en la Asamblea General de Accionistas o mediante el incremento del valor de sus acciones en bolsa.

información transmitida puede ser de carácter primario, generada por nosotros mismos, o secundario, basada en otros textos, de nuevo según las características que nos envuelvan. Es perfectamente admisible la mezcla de ambas fuentes. Además, en todo momento, el contexto situacional que rodee la redacción del informe empresarial será el que modifique algunos de los límites entre los que se mueve la definición de este documento.

6.3. DIVERSOS TIPOS DE INFORMES

Llegados a este punto, conviene señalar que existe una gran diversidad de informes, distintos entre sí, como bien comentan los diferentes autores que tratan este tema, y quienes no coinciden en una clasificación común (Cooper, 1964; Mitchell, 1974; Fletcher, 1983; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Doherty et al., 1987; Fletcher y Gowing, 1990; Forman y Kelly, 1990; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Rogoff y Ballenger, 1994; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; *Merriam-Webster's Guide to Business Correspondence*, 1996; Riordan y Pauley, 1996; Bell, 1997; Bowden, 1997, 1999; McMurrey, 1997; VanHuss, 1998; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999). Esta diferenciación les hace ser cautos a la hora de aportar sus definiciones, y así prestan gran atención a los matices y características propias de cada tipo de informe.

Entre los diferentes autores que tratan de forma extensiva la escritura de informes empresariales, encontramos una vasta cantidad de interpretaciones relativas a sus posibles clasificaciones. Algunos ofrecen una visión de la diversidad de informes de acuerdo al tema que traten, según cuál sea su objetivo o contenido, e incluso según su función (Mitchell, 1974; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Fletcher y Gowing, 1990; Forman y Kelly, 1990; Mort, 1992; van Endem y Eastel, 1993; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; *Merriam-Webster's guide to business correspondence*, 1996; Riordan y Pauley, 1996; McMurrey, 1997; Bowden, 1997, 1999; Rosenberg, 1999). Entre estos, algunos no llegan a hacer dicha distinción de forma explícita; sin embargo, al incluir múltiples ejemplos de informes dentro de sus obras los están clasificando según los parámetros arriba mencionados.

Otros autores atienden, además, a otros aspectos, como son:

- la forma de transmisión, oral o escrita (Fletcher, 1983; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Ohme, 1989; Himstreet y Baty, 1990; Lehman et al., 1996; McMurrey, 1997; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999),
- la temporalidad con la que deben ser escritos (Fletcher, 1983; Lesikar y Pettit, 1995; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999),
- el formato o apariencia física del informe (Fletcher, 1983; Bowman y Branchaw, 1988; Fletcher y Gowing, 1990; Lesikar y Pettit, 1995; *Merriam-Webster's guide to business correspondence*, 1996; Bell, 1997; VanHuss, 1998; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999),
- la direccionalidad del informe (Delisau, 1986; Lehman et al., 1996; Rosenberg, 1999),
- la longitud (Bowman y Branchaw, 1988; Himstreet y Baty, 1990; Forman y Kelly, 1990; Mort, 1992; Lehman et al., 1996; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999; Alcaraz Varó, 2000),
- la relación existente entre el lector y el escritor (Fletcher, 1983; Bowman y Branchaw, 1988; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996),
- el grado de formalidad (Bowman y Branchaw, 1988; Rogoff y Ballenger, 1994; Lesikar y Pettit, 1995; Rosenberg, 1999; Alcaraz Varó, 2000),
- el tono del informe (Mort, 1992; Rosenberg, 1999),
- el grado de importancia (Bowman y Branchaw, 1988), o
- el estatus del autor (Lesikar y Pettit, 1995).

Todo ello nos lleva a tener un abanico enorme de posibilidades si tenemos en cuenta que todas estas formas de clasificar los informes están plenamente interrelacionadas ya que no se pueden explicar muchos de los ejemplos sin hablar de algunos de estos aspectos distintivos.

Con el fin de concretar una taxonomía útil para distinguir los diferentes aspectos que caracterizan a los informes nos basaremos principalmente en las clasificaciones aportadas por Bowman y Branchaw (1988) y Lesikar y Pettit (1995), autores que consideramos los más exhaustivos y coincidentes en algunos tipos. Sus aportaciones, así

como los comentarios del resto de expertos, nos permiten clasificar los informes empresariales de acuerdo a los diez siguientes aspectos:

Figura 26. Taxonomía de informes empresariales

- el tema tratado,
- el intervalo de frecuencia con la que debe escribirse,
- el uso funcional o tono,
- la formalidad,
- la longitud,
- el formato o apariencia física,
- la relación escritor/lector,
- el estatus del autor,
- el modo de presentación, y
- la direccionalidad.

De acuerdo con el *tema* tratado, un informe empresarial puede tener una gran variedad. Considerando que cada departamento de la empresa puede emitir uno diferente, podemos encontrarnos informes contables, financieros, económicos, sobre seguros, sobre impuestos, de gestión, de los departamentos de ingeniería, de personal, de ventas, de marketing, añadiendo a esto la especialización de la empresa y sus necesidades.

Según el *intervalo de frecuencia* con el que debe escribirse un informe, éste puede ser periódico (escritos de forma regular) o de carácter especial. Si observamos su *funcionalidad* o el *tono* utilizado, el informe empresarial puede ser:

- *informativo*: presentando únicamente hechos;
- *explicativo* (o interpretativo): presenta los hechos y los analiza (los explica y los interpreta); y,
- *analítico* (o como resolución de un problema): presenta y analiza los datos, así como aporta una serie de conclusiones al respecto y ofrece recomendaciones.

El aspecto de la *formalidad* únicamente nos posibilita dos fórmulas: formal o informal, aunque entre ambos tipos pueden existir situaciones con una mayor o menor grado de formalidad (de hecho, Kuiper y Kohut (1999: 29) apuntan esta posibilidad añadiendo un

tipo de estilo *neutro*). Del mismo modo ocurre con la *longitud* del informe puesto que puede ser largo o breve, aunque tampoco existe un número de páginas preestablecido, ni consideración alguna acerca de qué cantidad de páginas significa largo o breve.

El *formato* o *apariencia física* es quizá uno de los aspectos más característicos y relevantes en la escritura de informes empresariales. Según comenta Cooper (1964: 28) “although a report does have certain form which most of us can recognize, there is no absolutely agreed way of laying out a report or even of determining at what stage the material required should go in letter form or in report form”. Así tenemos la posibilidad de escribir un informe empresarial de cuatro formas diferentes: *memorandum report*, *letter report*, *short report* y *long report* (Fletcher, 1983; Bowman y Branchaw, 1988; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Bell, 1997; VanHuss, 1998; Atkinson, 1999; Kuiper y Kohut, 1999). No obstante, existe un quinto tipo: el *formulario*. Lo único que debemos conocer es su existencia, ya que poco se puede decir de qué formato sigue o de qué tipos son los informes empresariales redactados a partir de un formato preestablecido, rígido y que consiste únicamente en rellenar una serie de casillas. El resto de variantes, establecidas a continuación por orden de formalidad y relacionadas con su longitud, su complejidad y su destino, ya se trató en un anterior trabajo de Ruiz Garrido (2001)⁶⁴:

- *Memorandum report (memorándum-informe)*. Normalmente es un informe breve (puede variar desde 1 o 2 líneas hasta 1 o 2 páginas, nunca sobrepasando las 5), simple, objetivo, de tono impersonal, informal, interno (por lo que muchas empresas establecen su propio formato), que versa sobre un asunto rutinario, y cuyo formato sigue las pautas establecidas para el memorándum (encabezamiento estándar incluyendo destinatario, remitente, tema y fecha).
- *Letter report (carta-informe)*. Esta variante también tiende a ser breve (no más de 5 páginas), relativamente simple, de carácter semiformal o formal, normalmente para remitir fuera de la empresa, y con la apariencia de una carta comercial (estilo en bloque, modificado o simplificado; encabezamiento, fecha

⁶⁴ Diferentes autores usan distintos nombres para conceptos similares o iguales. De esta forma podemos encontrar el término *formal report* para referirse al *informe largo* (Atkinson, 1999), *standard report* en referencia a los *informes breves y largos* (VanHuss, 1998), o *manuscript* para referirse al *standard report*, tanto *breve* como *largo* (Kuiper y Kohut, 1999).

y datos del destinatario; referencia; fórmula inicial; texto principal; despedida; firma; nombre y posición del firmante; anexos)⁶⁵.

- *Short report (informe breve)*. Este tipo de informe se suele utilizar para temas que necesitan una extensión media o moderada (hasta 10 páginas), con un estilo más formal que las anteriores variantes, y con unas características físicas particulares. Este es el tipo de informe con el que trabajamos en nuestra investigación y que explicaremos en detalle más adelante.
- *Long report (informe largo)*. Es el más formal, largo y completo de las cuatro variantes, y con un extenso conjunto de partes, que enumeraremos posteriormente. No obstante, tanto este tipo como la versión breve comparten estructuras similares adaptadas a su longitud y al contexto situacional en el que deba elaborarse.

A pesar de estos formatos ya hemos adelantado que el informe puede *presentarse* de dos únicas *formas*: de modo oral (sin necesidad de ser muy formales) o de modo escrito (con mayor exigencia en su precisión, claridad, imparcialidad y objetividad), siendo este último al que prestaremos nuestra atención.

Otro punto que permite clasificar cualquier informe es la *relación* que existe entre el *escritor* y el *lector*. Según ésta, el informe puede ser interno o administrativo, externo o profesional, o independiente. De forma similar, si atendemos al *estatus del autor* y el concepto del lugar donde trabaja, podemos considerar al informe como privado, público o independiente (escrito por iniciativa propia). En cierta forma relacionado con estos apartados encontramos otra particularidad que nos permite diferenciar los informes, su *direccionalidad*. De acuerdo con este punto, el informe puede ser ascendente, descendente u horizontal (tal y como comentamos en el capítulo 1).

En la siguiente figura enumeramos algunos tipos específicos de informes (del mundo de los negocios en su mayoría, aunque no todos) como mera ejemplificación de la gran

⁶⁵ Bell (1997: 77) indica que existen dos características que cualquier escritor debe mantener cuando escriba un memorándum-informe o una carta-informe. Por una parte, el *formato*, y, por otra, el *estilo conversacional*, en especial en el primer párrafo de la carta o memo (párrafo introductorio), ya que ambos son menos formales que el informe normal. Además, añade, deberíamos plasmar tres características más de los informes cortos y largos: encabezamientos; gráficos y tablas, según su necesidad; y citaciones completas de fuentes dentro del texto.

cantidad de la que hablan los expertos. En su gran mayoría, su nombre viene establecido por su temática, su contenido, y su función comunicativa específica. Prueba de su existencia puede ser los múltiples ejemplos que aparecen en los manuales consultados y sus explicaciones. Pero, además, animamos al lector a que realice búsquedas precisas en Internet, donde podrá encontrar ejemplos de muchos de ellos.

Figura 27. Ejemplos de diferentes tipos de informes

Academic reports	Accident reports
Agendas for committee meetings	Analytical/recommendation reports
Annual reports	Appraisal reports
Audit reports	Company reports
Comparative testing reports	Duty notes reports
Examination memorandum reports	Explanatory reports
Evaluations	Feasibility reports
Field reports	Financial investigation reports
Financial reports	First information reports
Informative reports	Instructional reports
Interim reports	Interview reports
Investigation reports	Justification reports
Law reports	Library research reports
Long, analytical reports	Medical reports
Minutes	Newspaper reports
News reports	Performance reports
Periodic reports	Personnel reports
Police reports	Process description reports
Process reports	Progress reports
Progress reports memo	Proposals
Public reports	Quarterly financial reports
Quarterly reports	Recommendation reports
Reports bank	Reports of experimental results
Research reports	Routine annual reports
Sales reports	Scientific reports
Short annual reports	Short informational and analytical reports
Semi-monthly reports	Staff reports
Status reports	Student projects reports
Systems evaluation reports	Technical reports
Technological reports	Trouble-shooting reports
Visit reports	Weekly or monthly reports
Other special applications (journal articles; procedure manuals; job descriptions; employee publications; public relations materials)	

Lo expuesto hasta el momento muestra la imposibilidad de ajustar más nuestra definición de informe empresarial ya que el tipo concreto que escribamos o utilicemos

será ecléctico, es decir, tomará en consideración algunas de las distinciones señaladas en nuestra taxonomía (*Figura 26*). De igual forma, debemos comentar que, aunque no profundicemos en ellos, la utilización de un tipo predeterminado de informe puede incluso condicionar la manera de recopilar la información a transmitir, no habiendo para este fin un proceso establecido de antemano (Delisau, 1986; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Graham y Graham, 1994; Anderson, 1995). Asimismo, si bien dicha clasificación nos sirve para describir los informes y observar la diversidad de tratamientos que el tema tiene, no sería tan útil si quisiéramos seguirla para estudiar sus características. De hecho, “with small exceptions, the writing principles, the rules of logical organization, techniques of writing style and tone, and so on remain the same in all reports” (Lesikar y Pettit, 1995: 10). Esta es la idea que debemos tener presente y que nos llevará a la propuesta de un formato de aplicación docente en próximos apartados.

6.4. RELACIÓN ENTRE EL INFORME Y LA ENSEÑANZA DEL INGLÉS

St John (1996:15) informa en su artículo que “Business English is a material-led movement rather than a research-led movement”, algo que ratificamos con respecto al informe empresarial. A continuación pretendemos dar una muestra amplia de cómo no se ha profundizado mucho acerca de este documento en el campo de la investigación (como ya indicamos al principio) ni en el campo docente (aplicado a la adquisición de lenguas extranjeras), debido quizá a la admitida complejidad del documento. Los dos tratados conocidos que abordan la enseñanza de esta destreza comunicativa están dirigidos a sujetos con un nivel medio-alto de inglés. Nos referimos, en concreto, a los manuales de Comfort et al. (1984) y de Doherty et al. (1987).

Ambos manuales han servido para confeccionar algunas de las actividades propuestas en nuestra práctica docente. Podemos considerar estos libros como los únicos que tratan de forma exclusiva la enseñanza de la redacción de informes. Ambos tratan aspectos similares y de forma parecida, aunque mantienen ciertas peculiaridades propias. Los aspectos lingüísticos, estructurales y de composición son prácticamente los mismos. Quizá se diferencian más en la estructuración de los manuales y la división de cada capítulo o unidad. Por ejemplo, mientras Comfort et al. (1984) se basan en tareas y contextualizan temáticamente las unidades, Doherty et al. (1987) empiezan con una

visión general del IN los aspectos propios del informe, para finalizar explicando algunos otros tipos de documentos. No podemos obviar que ambos manuales fueron relevantes en su época y que quizá ahora resulten algo obsoletos. Estas dos obras se plantean como manuales para uso en cursos específicos sobre el tema. Este aspecto nos lleva a reflexionar acerca de la dificultad que entraña dedicar todo un curso a la enseñanza de la escritura de informes, salvo que ése sea su objetivo (algo poco común excepto en cursos a medida para personal de empresa).

También podríamos añadir otros estudios relacionados con este tema, tales como los de Swales y Fanning (1980) y el de Dudley-Evans (1984), junto con el de Weissberg y Bucker (1990). Sin embargo, todos ellos tratan el informe como la explicación de un experimento, siendo por tanto la concepción de este tipo de texto escrito muy distinta a la que consideramos en el presente trabajo. Del mismo modo, cabe destacar el estudio que Bazerman (1988) incluye en su obra seminal *Shaping written knowledge*, en el que analiza, bajo un prisma del análisis de géneros, aquellas características inherentes al informe de un experimento científico.

Finalmente, dos trabajos que han llamado nuestra atención son el de Barabas (1990) y el de Falvey (1993). Ambas obras se sitúan en un contexto laboral específico. Barabas (1990) trata el informe empresarial desde un punto socio-construccionista. Su trabajo analiza la justificación de la necesidad de enseñar los documentos y géneros en un contexto situacional determinado de un departamento de Investigación y Desarrollo. Su estudio final hace referencia al *progress report*⁶⁶. Éste presenta información acerca del trabajo realizado en un proyecto durante un periodo de tiempo. Su trabajo experimental trata de estudiar si existe acuerdo entre diferentes autores y lectores de este tipo de informes para decidir qué información incluir en el mismo. Por su parte, Falvey (1993) estudia las estrategias de revisión empleadas por los ejecutivos cuando crean y comprueban la redacción de los documentos que se generan en el lugar de trabajo de forma natural. Las revisiones suelen ser de tres tipos, una de carácter más superficial del texto, otra de carácter más sintáctico, y una última de tipo semántico y estructural. Sus conclusiones apuntan que las revisiones realizadas en el contexto laboral son distintas

⁶⁶ Este tipo de informe empresarial recibe diferentes nombres como *interim report*, *status report*, *periodic report*, *quarterly report*, *semimonthly report*, según Barabas (1990: 162).

de las efectuadas en el contexto académico, que en el mundo académico se trabaja con textos artificiales, y que el revisor en el mundo académico (en especial si están a un mismo nivel) no tiene el poder suficiente como para realizar grandes cambios en la revisión.

Con todo esto en mente, St John (1996) también aboga porque se investigue el tema de la enseñanza del inglés empresarial ya que describe como escasa la labor hecha hasta el momento. En cierta forma, así ocurre en lo relativo al tema de la enseñanza del inglés mediante el uso de informes. Pese a no considerar excesiva la investigación desarrollada, conviene destacar algunas obras, incluso referentes al informe técnico, debido a su proximidad al informe empresarial, como apuntamos en capítulos anteriores, y porque lo que nos interesa en este apartado son aplicaciones de la escritura de informes con el fin de enseñar a escribir en inglés.

Antes de comentar las investigaciones más interesantes al respecto de la aplicación docente de este documento, retomamos la abundante existencia de manuales que se ocupan de explicar las características y peculiaridades de los informes empresariales (p. ej., Ohme, 1989; Brieger y Comfort, 1992; McMurrey, 1997). Sin embargo, pocos son los que hacen referencia o tratan de enfocar sus explicaciones hacia los sujetos no-nativos de la lengua inglesa que pretendan conocer los aspectos que rodean la escritura de informes, ciñéndose todos estos autores al mundo anglosajón. Así, Anderson (1995) hace referencia de forma indirecta a este tema en su estudio general sobre la escritura técnica en inglés. En su manual, donde dedica un capítulo propio a la creación de informes, sigue un enfoque basado en el lector, tal y como especifica en su título y comenta en su interior. Desde este punto de vista, debe ser incluido en la corriente socio-construccionista, como explicamos en el capítulo 4. Si bien no recoge aspecto alguno de forma específica hacia la impartición de su manual a hablantes no-nativos de inglés, sí recoge esa posibilidad en su prólogo, no estableciendo distinción alguna en el contenido o la forma a enseñar.

Otro de los trabajos que ya especifica en el propio título que los hablantes no-nativos de la lengua inglesa pueden beneficiarse de su contenido es el que presentan Huckin y Olsen (1991). El enfoque que prima en este libro es el retórico, tratando de que el desarrollo del contenido esté en todo momento contextualizado. Si bien su campo de

trabajo está principalmente delimitado a la escritura técnica de científicos e ingenieros, la concepción tanto de lo que entienden por comunicación profesional como la relación de características que ofrecen (acerca del proceso de escritura, de los aspectos visuales o de los documentos específicos que desarrollan, siendo uno de ellos el informe) es suficientemente amplia como para aplicarse en muchos sentidos al IN. Por el contrario, otros textos dedicados al ámbito de los negocios no se ocupan en absoluto del enfoque del informe (Iacone, 1996)⁶⁷.

Por su parte, un gran número de autores (Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Blundel, 1998; Bovée y Thill, 2000; Ober, 2001; O’Hair et al., 2001; Lehman y DuFrene, 2002), simplemente recuerdan a sus lectores que no siempre escribirán para nativos, desarrollando pequeños apartados acerca de las diferencias interculturales (véase, por ejemplo, Hofstede (1980, 1984) para profundizar en este tema). En este sentido todos destacan el prestar la máxima atención al lector (en la línea del construccionismo social). Además añaden una serie de aspectos fundamentales de gramática y uso de la lengua que aconsejan seguir para comunicarse de forma correcta con las personas no-nativas (y también las nativas). Algunas de estas normas (recogidas muchas en el dossier que se dará a nuestros alumnos para llevar a cabo la práctica experimental) son: escribir claro y de forma breve; usar un inglés básico y simple; evitar tecnicismos, abreviaturas, y otras palabras que puedan crear problemas de comprensión; usar las técnicas habituales para aumentar la legibilidad del texto (palabras, oraciones y párrafos breves y simples); etc. Estas normas, aplicables al IN, son las mismas que creemos convenientes para los aprendices de una segunda lengua, tal y como veremos.

En las obras que acabamos de citar no existen mayores diferencias en el supuesto tratamiento especial de los hablantes no-nativos. Tanto aquellas que hacen una referencia explícita a sus principales destinatarios definidos como hablantes no-nativos como aquellas otras que hacen puntuales referencias al tema para que se tenga en cuenta, todas establecen parámetros similares en la estructuración de su información.

⁶⁷ La obra de Iacone (1996), supuestamente dedicada a la escritura del IN para hablantes no-nativos de la lengua inglesa, ofrece una visión básica de las normas gramaticales y estructurales del IN. En cuanto a documentos, sólo describe cartas y memorandos. Nuestro análisis de la obra nos permite asegurar que no plantea diferencias frente a otros manuales dedicados a los propios nativos de habla inglesa.

Todos los autores plantean las características de la composición escrita en el mundo de los negocios o con un carácter más técnico-científico, y añaden como anexos una serie de normas gramaticales y de uso de la lengua inglesa, que también son de aplicación para hablantes nativos. Así mantenemos ciertas reservas acerca de la particular audiencia a la que se dirigen algunos libros.

Desde un punto de vista pedagógico, Eustace (1996) subraya que hoy en día la mejora de la escritura empresarial en inglés pasa por estructurar de forma adecuada el documento y hacer buen uso del lenguaje. En su opinión, que compartimos, los dos elementos básicos de cualquier texto comercial son la efectividad y la concisión. Una de las características que destaca del informe es su gran libertad estructural frente a los distintos tipos de cartas comerciales, así como la no-necesidad de una longitud determinada de formato. Esto apoya nuestra aplicación del informe empresarial en el aula del IN.

En lo referente a los propios trabajos de investigación metodológica destacamos algunos estudios desarrollados desde el punto de vista del informe denominado técnico. El estudio de Okoye (1994) analiza la enseñanza del proceso de redacción de informes técnicos entre un gran grupo de estudiantes de ingeniería en Nigeria, mediante lo que denomina un enfoque procesual auto-dirigido (*Self-Directed Process Approach*). En dicho estudio Okoye demuestra la utilidad de su método para enseñar a escribir en inglés, en especial a grandes grupos de alumnos. Del mismo modo, Ho (1997) presenta la enseñanza de la escritura de informes técnicos como parte del proceso de enseñanza reflexiva que pone en práctica en el aula. Su experiencia se centra en demostrar la validez de su método en un curso monotemático de 14 semanas sobre la escritura de este tipo de documentos en un contexto universitario.

En este sentido, uno de los estudios que más nos han influido es el presentado por Sargunan y Chelliah-Tam (1994), quienes muestran la posibilidad de desarrollar un programa de *Technical Report Writing (TRW)* aplicable a diferentes grupos de alumnos con distintas procedencias, conocimientos previos y que se sitúan en dispares contextos de aprendizaje. Consideramos relevante la elección del *recommendation report* como objeto de producción de los alumnos. Aunque la estructura que plantean no coincide con la que proponemos, sí se aproxima al tipo de informe que elegimos. La decisión se

justifica porque “the facilitators felt that the skills covered here could be applied to most of the other reports that the subjects would have to write” (p. 113). Los principales aspectos que integran su metodología son:

- pactar el programa con los alumnos (que son dos grupos diferentes, uno de empleados de una multinacional y el otro en segundo año de universidad),
- ofrecer textos-modelos a los alumnos (señalando su uso como recurso y no como copia ideal), por los que se les enseña las estructuras superiores de estos documentos y los mecanismos lingüísticos que indican su organización textual,
- integrar los sistemas didácticos basados en el producto y el proceso,
- explicar de forma precisa el proceso de composición, destacando su no-linealidad,
- otorgar la máxima importancia a la creación y organización de las ideas y en segundo lugar, a la corrección gramatical y mecánica, e
- impulsar una visión positiva por parte del alumno hacia la escritura.

Estos aspectos los implementan mediante seis etapas: despertar el interés de los alumnos y negociar la agenda; introducir el *TRW* y sus elementos; presentar los pasos a seguir para su producción y una visión general de las estructuras textuales; realizar el primer borrador y evaluarlo por grupos; revisar el primer borrador para convertirlo en el texto final y revisarlo de nuevo en grupo; llevar a cabo la evaluación final, en grupo y con el profesor. El reflejar estos pasos tiene como intención mostrar su adecuación parcial con nuestra investigación. De hecho, todo este proceso se llevó a cabo durante 21 horas para ambos grupos de alumnos, tiempo del que carecemos, por lo que éste se convierte en uno de nuestros condicionantes para planificar nuestra práctica docente de la escritura de informes empresariales.

Harvey (1995), en su caso, analiza una serie de informes públicos (*public reports*) preparados por especialistas de diferentes disciplinas (científica, empresarial, administrativa y legal). Su intención es averiguar los rasgos comunicativos propios en dichos textos para su posterior aplicación docente, aportando rasgos de especificidad en dicho subgénero.

Acerca de la aplicación docente de los informes en contextos académicos relacionados con el mundo de los negocios destacaremos dos trabajos. Por una parte, Vice y Carnes (2001) plantean una compleja tarea de la que forma parte relevante el informe analítico como instrumento para mejorar las destrezas comunicativas y lo que denominan *soft skills*. Estos son aspectos que todo profesional del siglo XXI debe tener y que, según Marshall et al. (1999), citado en Vice y Carnes (2001: 85), consiste en mostrar una actitud positiva de ayuda, buenas maneras, compromiso, iniciativa, adaptabilidad, deseos de mejora, etc. Si bien no es nuestro propósito mejorar estas cuestiones mediante la redacción de un informe empresarial, sí creemos que resulta interesante el estudio en cuanto a la valoración del informe como herramienta que puede ayudar a desarrollar aspectos complementarios para nuestros alumnos.

Por otra parte, Hiemstra (2001: 44) empieza el resumen de su artículo diciendo que “in many business communication courses, students must write a business report”. Esta afirmación que puede parecer pertinente en el contexto de lengua materna, puede también serlo en su aplicación a los cursos del IN, en el contexto internacionalizado en el que nos encontramos. La pretensión de su estudio es comparar las creencias de instructores y alumnos en cuanto a qué destrezas se desarrollan y se aprenden mediante la creación de informes. Las mejoras, en ambos casos, se contabilizan respecto a:

- organización,
- claridad,
- adecuación del contenido,
- corrección,
- concisión,
- gramática y mecánica,
- tono,
- análisis de la audiencia, y
- confianza en la escritura.

Sus resultados (basados en las opiniones de profesores y alumnos) muestran coincidencias en la mejora de la organización del texto. Después aparece con menor acuerdo el tono correcto y el análisis de la audiencia. Los puntos en los que menos coinciden son en la confianza adquirida, en la gramática y mecánica de la lengua, en el

contenido y en la claridad. Hiemstra deduce que el profesor debe ser más explícito respecto a la tarea a realizar y acerca de qué aspectos se van a examinar. En cuanto a la aportación de esta investigación a nuestro trabajo, simplemente observando el dossier facilitado a los alumnos (Apéndice B2) quedará claro que nuestra intención, aplicado a hablantes no-nativos, es mejorar los mismos aspectos enumerados anteriormente.

6.4.1. Aportaciones nacionales sobre el uso docente del informe

Las aportaciones españolas tampoco son muchas, pero resulta imprescindible comentarlas con detalle puesto que forman parte de la base de nuestro estudio. Cronológicamente, el artículo de Bonet Rosado et al. (1990) representa la primera aportación pedagógica de relevancia al tema de los informes empresariales (o comerciales, como lo llaman ellas). Las autoras entienden el informe como un documento escrito de necesaria incorporación en el aula del IN. Relacionan su cada vez mayor importancia al incremento de las relaciones internacionales y a la expansión de las empresas multinacionales, que adoptan el inglés como *lengua franca* (Bonet Rosado et al., 1990: 156). Su definición de informe hace referencia a su carácter interno con una posible relación con la actividad externa de la empresa. Así plantean una serie de etapas metodológicas para impartir dicho documento en el aula:

- a. antes de escribir, se debe conocer el motivo del informe, su(s) destinatario(s) y el tema;
- b. proceso material de la redacción de informes: seleccionar y estructurar la información para llegar a su textualización;
- c. textualización del informe: presentación de los datos del informe, las conclusiones y las recomendaciones; y,
- d. sintetizar las tres partes principales del informe: resumen de datos, conclusiones y recomendaciones.

En cada fase, especialmente en la segunda y tercera, plantean una serie de actividades como reconocer y usar conectores lógicos, formas de expresar el objetivo, distinguir el lenguaje formal e informal (mejorando el primero), uso de expresiones para unir las conclusiones y/o recomendaciones con los datos. Todos estos aspectos están perfectamente recogidos en el anexo de las actividades implementadas en nuestra

experimentación. Finalmente, las autoras plantean un modelo de informe determinado; a partir de este trabajo son varias las características con las que disentimos:

- formato de memorándum,
- uso de encabezamientos generales (*topic headings*),
- sólo aparece el objetivo en la sección de introducción (*terms of reference*), y
- aparece un resumen al final del informe.

Debemos reconocer que éste es un posible modelo que puede adoptar un informe, y por tanto debe ser considerado tan válido como el resto.

El siguiente artículo que plantea la aplicación docente del informe empresarial es el de Pérez Pérez y Dolón Herrero (1994), quienes reflejan cómo la redacción de informes puede ayudar a desarrollar la competencia comunicativa (uno de los fundamentos de la adquisición de la lengua inglesa en el aula y parte del proceso comunicativo, como explicamos en el capítulo 1). Existen algunos temas en su trabajo sobre los que discrepamos:

- consideran la redacción de informes como una actividad de menor importancia en la empresa,
- señalan que estos documentos siempre se dirigen a una audiencia superior en jerarquía,
- apuntan estructuras lingüísticas que nosotros indicamos como poco recomendables (p. ej., “*there+be*”), y
- no especifican su formato, aunque apuntan que se trataba de proformas estandarizadas por la empresa a la que pertenecían los alumnos. En este caso lo que define el formato, e incluso los aspectos a impartir en el aula, es el estilo de la propia empresa.

No obstante, estas autoras apuntan que una de las características más importantes del informe (*professional*, como ellas lo denominan) es la organización, siendo éste el aspecto principal que trabajan didácticamente para mejorar la competencia comunicativa. Pérez Pérez y Dolón Herrero (1994: 381-382) señalan como reglas básicas para un informe:

- 1.- Título y subtítulos claros.
- 2.- Reservar gráficos, fórmulas matemáticas, planos, etc. para los anexos.
- 3.- Utilizar método de referencia claro y coherente, a tres niveles: páginas, secciones y anexos.
- 4.- Formatear el contenido en secuencia lógica o por secciones independientes.
- 5.- Presentación adecuada según tipo de informe y política de empresa.
- 6.- Lenguaje sencillo y directo.
- 7.- Tendencia a la brevedad.
- 8.- Evitar jergas profesionales.

De este listado, las autoras destacan la importancia de la organización tanto como la del contenido y el propósito, ya que permite la mejor legibilidad del texto. Para desarrollar la organización textual del informe plantean de forma breve diferentes tareas que realizan junto a los alumnos como observar informes y decidir las razones de mayor o menor claridad, percibir la estructuración del texto por su relación temática más que oracional o léxica, concienciar al alumno de la ubicación de la información en un informe, y que perciban qué errores en la estructuración pueden suponer que el lector no encuentre la información requerida. También indican que se les facilita a los alumnos ciertas construcciones sintácticas propias de cada sección del informe (tal y como nosotros hacemos en nuestro experimento).

6.4.2. Consideraciones sobre diferencias interculturales

Ya hemos comentado la importancia que tienen las diferencias interculturales y la necesidad de tenerlas en cuenta en cualquier proceso comunicativo en el que participemos. Sin embargo, una de las quejas comunes respecto a la enseñanza del inglés radica en la implantación de ciertas características culturales externas al contexto social en el que se imparte la lengua⁶⁸. No pretendemos negar la existencia de diferencias culturales entre el castellano y el inglés en lo que se refiere al lenguaje de los negocios, sino ser conscientes de esa posibilidad, aceptándolas y tratando de transmitir las en el aula cuando sea necesario. Este breve apunte es la base para nuestro siguiente razonamiento. Las diversas referencias bibliográficas que existen sobre el tema del informe empresarial muestran la inexistencia de diferencias culturales entre los informes escritos en castellano o valenciano y los escritos en inglés (aparte de las

⁶⁸ Recordemos lo explicado en el capítulo 2 sobre el inglés como lengua internacional y la queja establecida por Swales (1997) en lo referente a la enseñanza de los géneros en diferentes culturas; igualmente, los estudios de lingüística contrastiva suelen tener su base en las diferencias culturales de algunas lenguas, y en el mundo de los negocios es un campo en pleno desarrollo, como apuntan los estudios indicados en los capítulos anteriores (p. ej., Valero Garcés, 2001).

propias de las lenguas, como por ejemplo, el orden de las palabras que resulta más flexible en castellano y valenciano que en inglés, como apunta Cassany i Comas, 1996: 376). Veamos algunas referencias nacionales ejemplificadoras del tema.

Un primer autor que se ocupa de este tema y que ha servido de base para el resto es Delisau (1986). Su obra teórica sobre las comunicaciones escritas en la empresa hace una revisión de varios documentos escritos, enfatizando el informe empresarial, y haciendo alguna breve referencia a las relaciones orales. Destaca en este manual el estar mayoritariamente basado en referencias anglófonas y que los aspectos comentados a lo largo de este capítulo acerca de los informes coinciden con los propuestos por Delisau. También refleja todas las dificultades conceptuales y de variedad que presenta el tema. No obstante, en su contra apuntamos que no aporta directriz pedagógica alguna siendo este aspecto el eje de nuestro trabajo.

Un estudio muy destacable es el que firma Cassany i Comas (1996) acerca de la redacción de informes técnicos en catalán (principalmente informes escritos en entidades financieras y aseguradoras). El autor trata de demostrar la importancia de los lingüistas en el desarrollo de las organizaciones empresariales y cómo una breve intervención formativa en redacción técnica por parte de especialistas permite mejorar la calidad de las comunicaciones y la eficacia de la organización empresarial. En su opinión, el informe es un documento que se engloba en los escritos técnico-científicos, frente a los otros tres tipos de escritos (organizativos, comerciales y protocolarios). De ahí que el tipo de informe al que dedica su tesis le denomine informe técnico. Este autor también recoge su preocupación por la vaguedad del concepto y de muchas de las definiciones de las que se hace eco. En todo caso, también hace continuas referencias a autores anglófonos y a manuales de esta procedencia, demostrándose que las diferencias culturales no son muy relevantes en nuestro campo docente. Esto también puede verse en la obra de Martín Martín (1998) o de Londoño Mateus (2000), e incluso en el trabajo de Gómez de Enterría y Sánchez (2002), dedicado al español de los negocios.

Por su parte, Álvarez Villagómez (1997) habla también del informe como uno de los tipos de escrito comercial más extensos. Indica que estos documentos comunican algún acontecimiento ocurrido en la empresa a altos cargos directivos de la misma, y por lo tanto tiene una direccionalidad ascendente (con lo que no estamos totalmente de

acuerdo, como hemos apuntado en algunas ocasiones). Esta autora apunta que el informe es monotemático, de origen interno principalmente, aunque también existen externos, y de extensión variada. Según Álvarez Villagómez, sus funciones son las de proporcionar información e incitar la toma de decisiones. Divide los informes en dos partes o secciones fundamentales:

- una parte descriptiva, exponiendo unos hechos y sus consecuencias, y
- una parte técnica, incluyendo gráficos, cifras, balances y estadísticas que apoyen lo expuesto.

Álvarez Villagómez (1997) subraya la necesidad de objetividad e imparcialidad para redactar los informes y usar un lenguaje no ambiguo, dominado por la claridad y la precisión. Así distingue entre la relación informativa e informe según la finalidad de estos dos documentos. El primero tiene la única misión de informar; el segundo, el que nos interesa, debe informar y ofrecer sugerencias para actuar tras su lectura.

Sanz Álava (2001) clasifica el informe en el español profesional y académico como un género común a los dos ámbitos. Lo caracteriza como ejemplo de la combinación de textos expositivos y argumentativos. El primer tipo se caracteriza por informar de forma lógica, ordenada, objetiva, clara y concisa. El segundo tipo destaca por aportar razones para llegar a una conclusión (equiparándolos de forma implícita a las estructuras textuales comentadas en el capítulo anterior de Hoey y Winter, entre otros). La estructura del informe que propone esta autora, que indica la diversidad de la misma, es la de portada o carátula, título, índice, introducción, cuerpo, conclusiones y anexos.

Por último, obras y referencias menores, como guías para estudiantes (*Cómo Redactar. Manual de expresión escrita*, 1998) o información localizada a través de Internet sobre el tema (*Cómo comunicar por escrito* en www.aulaveterinaria.com/htm/estudia/escrif.htm; *La comunicación escrita en las empresas* en www.fedecredito.com.sv/publicidad/page; Ibarra, 2000) demuestran la inexistencia de problemática intercultural alguna. Todas estas referencias consideran el informe como un documento complejo pero fundamental en el mundo empresarial. Así reconocen la variabilidad estructural y organizativa de los mismos. El primer manual de redacción define los informes como textos expositivos, valorativos o demostrativos, según la posición del autor. Este manual ofrece una estructura base (identificación o título del informe, exposición, conclusiones, anexos) y

señala como características principales la objetividad, la claridad, el orden, el uso adecuado del léxico y el evitar periodos sintácticos complicados.

Ibarra (2000), que se refiere a los campos de la arquitectura, ciencias, ingenierías y tecnologías, habla del informe como un texto explicativo, ordenado, impersonal, introductorio y no concluyente. En la página de *aulaveterinaria.com* también se apunta a la simplicidad y sencillez del lenguaje y se ofrece una estructura base (portada, índice, introducción, cuerpo principal, conclusiones, apéndices). La última de nuestras referencias cibernéticas (www.federico.com.sv) habla de las 3 Cs en cuanto al lenguaje y señala como estructura general de los informes el planteamiento inicial del propósito, la presentación de un resumen y algunas recomendaciones, para finalizar con un respaldo explicativo de ideas y detalles.

Este apartado ha pretendido mostrar la perspectiva española acerca de la escritura de informes. Creemos suficiente la evidencia de que no existen diferencias destacables.

6.5. ANÁLISIS DE ALGUNOS EJEMPLOS REALES DE INFORMES

Tratando de profundizar en la relevancia del informe empresarial en el aula del IN y fundamentar nuestra propuesta docente, creemos conveniente observar algunos ejemplos reales y, posteriormente, analizar cómo se trata el tema en diferentes materiales docentes. Hemos comentado la idea unánime de la dificultad que supone concretar qué es un informe empresarial debido a la multitud de tipos que nos podemos encontrar según las circunstancias que rodeen cada uno de ellos. Sin embargo, también es cierto que las diferentes clasificaciones ofrecidas por los expertos se basan en el tema del mismo o, como preferimos denominarlo nosotros, en su función comunicativa.

Debido a esta gran variedad, parece lógico pensar que no exista acuerdo entre los miembros de las comunidades discursivas que forman parte del mundo de los negocios (como explicaremos más adelante). Por todas estas razones resulta dificultoso realizar un análisis de género aplicado a este documento. No obstante, y para apoyar las propuestas que efectuamos, hemos planteado un análisis de este género en base a unos pocos ejemplos. En concreto vamos a ver once ejemplos. La primera admisión por

nuestra parte es la de reconocer las limitaciones del corpus utilizado. Existen dos razones básicas que justifican este tema:

- 1- la privacidad exigida y requerida por las empresas nos ha imposibilitado hasta la fecha conseguir documentos reales con esta procedencia;
- 2- de los cientos (literalmente) de ejemplos que pueden obtenerse a través de Internet, muchos son de más de 10 o 20 hojas, lo cual nos llevaría a un estudio diferente al que nos interesa en este trabajo (el informe que proponemos tiene un máximo de 2-3 hojas).

A estas razones debemos añadir que, sin pretender ser esto una tesis sobre el discurso o el género, creemos suficiente el número para dar base a nuestras ideas. Los informes elegidos han sido seleccionados parcialmente al azar. La procedencia de los mismos es al menos variada lo cual, unido a lo propuesto en los manuales teórico-prácticos y en los libros de texto para hablantes no-nativos, ofrecerá una visión completa de este documento. Todos los informes son reales, aunque con ciertas particularidades. A continuación ofrecemos la codificación numérica de los informes y el tipo al que pertenecen. En cuanto a los tipos de nombres facilitados, algunos los ofrecen los propios ejemplos y otros los especificamos según su contenido. De esta forma, todos siguen pautas similares a la clasificación de informes presentados anteriormente que suelen relacionarse con el contenido.

Tabla 17. Informes reales analizados

Núm.	Tipo	Procedencia
1	<i>Short Annual Report</i>	www.ajonet.com/annualreport/annualrep2001.pdf
2	<i>Technical Report</i>	www.mcplan.org/c_p/brochures/Tech_Rpt_MC_Grwth_Srvy.pdf
3	<i>Progress Report Memo</i>	http://dioxin.abag.ca.gov/pdf/progress_report_memo.pdf
4	<i>Examination Memorandum Report</i>	http://oig.state.gov/documents/orgnization/7925.pdf
5	<i>Process Report</i>	www.rrb.gov/oig/pdf/REPORTS/9905.pdf
6	<i>Progress Report</i>	www.jncc.gov.uk/management/committee/papers02-03/NO3MAR02.pdf
7	<i>Quarterly Financial Report</i>	http://www.census.gov/csd/qfr/view/qfr101AMG.pdf
8	<i>Investigation Report</i>	www.aba.gov.au/radio/investigations/breach_findings/br each_1998/97_0567.pdf
9	<i>Academic Report</i>	Quible, 1998
10	<i>Analytical/Recommendation Report</i>	Falvey, 1993
11	<i>Analytical/Recommendation Report</i>	Falvey, 1993

De los ejemplos que comentaremos a continuación, uno (número 9) es un caso real que aparece en un artículo de investigación como ejemplo de los informes escritos en una práctica docente dentro del lugar de trabajo (Quible, 1998). Los números 10 y 11 proceden del apéndice de una tesis doctoral (Falvey, 1993), que analiza la corrección de informes dentro de una empresa, y cuya procedencia es la empresa en cuestión. El resto de ejemplos analizados proceden de Internet, donde de todas las muestras obtenidas (de los centenares que se pueden obtener), hemos elegido 8 seleccionadas por su mayor brevedad y tratando de que su temática fuera diferente.

El hecho de usar Internet para ejemplificar el documento del informe empresarial es debido a la importancia que esta herramienta está adquiriendo en los últimos tiempos como ayuda al docente. En nuestro caso, podemos afirmar que “the Internet is a potential gold mine of sites that may be of use to foreign language (FL) professionals” (LeLoup y Ponteiro, 2001: 4). Ya en el segundo capítulo apuntamos los cambios que aportará Internet a la docencia en general y, en especial, a la de lenguas extranjeras. Lo cierto es que en los últimos años son diversos los estudios y trabajos que apoyan la idea de la utilidad de Internet para la docencia de lenguas extranjeras y en especial del IN (Vallance, 1996; Blanco Martín, 1999; Graus, 1999). Todos parten de la admisión de que el uso de Internet con precaución y cuidado puede ayudar tanto a los profesores (a generar todo tipo de material real, por ejemplo) como a los alumnos (para poder tener acceso a una gran variedad de fuentes de información). Así hemos utilizado Internet, lo que nos ha permitido tener a nuestro alcance un gran número de ejemplos reales de informes empresariales.

El propósito de presentar el análisis de estos ejemplos reales es doble:

- por una parte, mostrar la validez de Internet como herramienta docente y de investigación, y
- comparar los resultados obtenidos con los tipos de informes que ofrecen los libros de texto, observando si realmente se asemejan y siguen patrones similares.

Tabla 18. Comparación de los ejemplos reales de informes

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Núm. Páginas	15	11	2	5	5	4	2	8	2	2	2
Núm. Palabras	7.780	2.331	983	1.751	1.531	718	1.234	1.723	628	276	394
Núm. Pal./Or.	23,6	26,2	17,9	23,5	22,8	29,9	X	29,7	19,03	23	20,7
Núm. Pal./Párr.	73,4	101,3	81,9	83,4	58,9	89,75	X	68,92	62,8	30,6	39,4
Título	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Portada	N	S	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Introducción	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Secuencias Intr.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Texto Principal	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Conclusiones	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Recomendaciones	S	N	S	N	S	N	N	S	S	S	S
Activa/Pasiva	A/P	P	A	A	A	P	A	A/P	A	P	P
Pronombres 1/2/3	3	3	1/2	3	1/3	3	2	3	3	3	3
Encabezamientos: generales/explicitos	Ex	Ge/Ex	Ge/Ex	Ge	Ge/Ex	Ex	X	Ge/Ex	Ge/Ex	Ge	Ge/Ex
Listas	N	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

El análisis de los informes que se refleja en la tabla se ha hecho en cuanto a la pertinencia o no del uso de los aspectos indicados (S = SÍ aparece/usa; N = NO aparece/usa). Hemos valorado si ha primado el uso de la voz pasiva (P) o activa (A) o si ambas aparecen por igual (A/P); qué pronombres personales se utilizan más (primera persona (1), segunda persona (2), tercera persona (3), o combinaciones de ellos); si los encabezamientos son generales (Ge) o explícitos (Ex); si usan o no listas; y si consideran todas o la mayoría de secuencias que se espera encontrar en la introducción. Respecto a la estructura del informe, hemos considerado la aparición o no de las partes principales. Observamos que existe un ejemplo (número 7) que no tiene anotado el número de palabras por oración o párrafo, ni encabezamientos. Eso se debe a que el documento es un formulario (*form*), uno de los posibles formatos del informe empresarial, y que pese a este problema, hemos creído conveniente incluirlo en el análisis por tratarse de otra variedad de este documento.

De los resultados puede apreciarse algo que venimos apuntando en diversas ocasiones y que es la enorme variabilidad de tipos, formatos, estructuras y aspectos lingüísticos que existen en el tema de los informes empresariales. Ya que nuestro propósito era elegir informes considerados como breves, podemos apreciar que nuestra gama de ejemplos varía desde 2 hasta 15 páginas. Sin atender a la cantidad de palabras que aparecen en cada uno de ellos, sí creemos interesante ver cómo las diferencias en el número de palabras por párrafo tiene una importante diversidad (oscilando la mayoría entre las 59

y las 90 palabras), mientras que el número de palabras por oración no es excesivamente diferente (8 de ellos se mueven entre las 20 y las 30 palabras).

Del resto de aspectos, vemos cómo en el ámbito estructural todos poseen un título, junto con las secciones de introducción, desarrollo de la información y conclusiones. Las recomendaciones se observan sólo en siete de los ejemplos analizados, mientras que sólo uno de ellos incluye la página inicial. Esto, sin lugar a dudas, nos permite afirmar que algunas partes del informe son más previsibles en su aparición que otras, lo cual no descarta estas últimas en la enseñanza de este documento. Importante es la consideración de que la sección introductoria incluye todas o casi todas las secuencias (*moves*) esperados en este apartado (objetivo, método, limitaciones, origen).

Acerca de algunos de los aspectos lingüísticos que hemos destacado de estos ejemplos, podemos concluir algunas apreciaciones:

- uso por igual de la voz activa y la pasiva,
- mayoritario uso de pronombres de tercera persona,
- uso combinado de los dos tipos de encabezamientos, y
- uso mayoritario de listas.

Obviamente, no podemos dar por definitivas las conclusiones que se derivan de este análisis. Sin embargo, todos estos resultados nos permiten asegurar que no existe ni un formato ni una serie de normas fijas de aplicación en la escritura de informes empresariales. Sólo el contexto, la audiencia y el contenido delimitarán las características de este documento. A pesar de todo, sí existen aspectos comunes en la organización textual (p. ej., inclusión de ciertas secciones; uso de listas) y en las elecciones lingüísticas (p. ej., mayor uso de la voz activa, sin menospreciar la pasiva; uso combinado de encabezamientos; carácter más impersonal del documento mediante el uso de la tercera persona, todo lo cual le otorga un estilo más formal al conjunto de los documentos). Ahora, estudiaremos cómo se refleja el tema de los informes empresariales en diferentes materiales docentes dedicados a la enseñanza del IN.

6.6. EL INFORME EMPRESARIAL EN LOS MATERIALES DOCENTES

En un estudio previo (Ruiz Garrido, 2002) ya apuntamos la falta de atención a la escritura de informes por parte de los libros de texto destinados a la adquisición del IN dentro de un contexto de L2. A través de las siguientes líneas, queremos ampliar dicho estudio a otros libros de reciente publicación o reimpresión. Sea cual sea su edición, el hecho de ser publicados en fechas recientes nos hace pensar que deben incluir en sus páginas la información más actualizada y completa posible. En la siguiente tabla analizaremos el trato que recibe el informe en dichos libros de texto:

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN

Libro de texto	Nivel
Beresford, C. (1984). <i>Business communication. Practical written English for the modern business world</i> . London: BBC English.	Intermedio
Descripción del material	Comentarios
<ul style="list-style-type: none"> - La mayor parte de la unidad 6 trata la escritura de informes en relación con la toma de notas; - los aspectos lingüísticos que se derivan de las diferentes actividades versan sobre el vocabulario útil para secuenciar las ideas, lenguaje formal vs. informal, uso de verbos modales en la sección de recomendaciones; - la autora define y explica qué es el informe empresarial (cortos/largos, formales/informales) aunque sólo ejemplifica los formales; - la estructura sugerida mezcla la que nosotros proponemos y la del <i>memo</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se diferencia en concreto de nuestra propuesta en su encabezamiento (donde después del título aparece el término <i>Re</i> introduciendo el tema) y en el final del informe (donde se propone poner el nombre del autor y la fecha); - nos parecen interesantes los aspectos característicos comentados y ejemplificados.

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
Cotton, D. y Robbins, S. (1993). <i>Business class</i> . London: Nelson ELT.		De intermedio-alto a avanzado
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - En la sección al final del libro sobre <i>Resource Material</i> ofrece explicaciones sobre diferentes documentos. Respecto al informe, lo define, especificando su posible formalidad e informalidad, su carácter interno y externo, y sus múltiples objetivos; - igualmente, indica la inexistencia de un solo formato, aunque sí propone dos, uno más común y otro más cercano a los informes más largos y formales; - entre las características comunes a la mayoría de informes destaca su presentación esquemática, su división en secciones y sub-secciones que conlleva el uso de encabezamientos; - sólo plantea una actividad relacionada con la escritura de informes breves informales, en la cual debe además recomendar una solución. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nos parece muy interesante la explicación acerca de la escritura de informes (aunque después no se vea reflejada en la práctica); - las dos estructuras planteadas no tienen tantas diferencias relevantes entre ellas: la composición de la primera es <i>título, introducción, desarrollo de las ideas, conclusiones y recomendaciones</i>, mientras que la segunda es <i>página inicial con datos del informe, introducción, procedimiento, resultados, conclusiones y recomendaciones</i>. La diferencia radica en la concepción de cada sección, pero en su conjunto ambos siguen pautas similares, que además coinciden con nuestra propuesta (igual que los aspectos más lingüísticos y teóricos); - otro problema que encontramos es que el ejemplo ofrecido por los autores lo denominan <i>memorandum report</i>, con el encabezamiento inicial del <i>memo</i>, aspecto que no han comentado en su explicación teórica. 	
Libro de texto		Nivel
Hollett, V. (1994). <i>Business opportunities</i> (Student's book). Oxford: Oxford University Press.		Intermedio
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Una sola actividad relacionada con la escritura de informes. Partiendo de la lectura de <i>company report</i> (aunque sólo es un extracto de la parte central), deben completar un diagrama; posteriormente, partiendo de un diagrama ya completo, deberán imitar el fragmento del informe anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno de cómo se escribe un informe, ni incluso en la parte final del libro (<i>Grammar and Usage Notes</i>) donde ofrece modelos y explicaciones de algunos documentos. 	

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
O'Driscoll, N. (1995). <i>Business challenges</i> (Course book). Harlow: Longman.		Bajo
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Mediante las actividades relacionadas directa o indirectamente con los informes (de los tres ejemplos ofrecidos, uno de ellos es un extracto de un <i>annual report</i>) se introducen la descripción simple de gráficos, la distribución del texto en párrafos, y el uso de encabezamientos; - mediante los otros dos ejemplos ofrecidos (correspondientes al desarrollo de las ideas, las conclusiones y recomendaciones), se propone a los alumnos nombrar las partes de los textos usando las palabras: <i>problem, problem and reason, solution(s), results, results and reasons</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - El texto propuesto, al igual que algunos aspectos tratados, se adecuan a aquellos que destacaremos posteriormente; - la estructura de desarrollo de las ideas que plantea este manual se basan en la estructura <i>problema/solución</i> propuesta por Hoey; - aparte de esto, no ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe. 	
Libro de texto		Nivel
Hollett, V. (1996). <i>Business objectives</i> . Oxford: Oxford University Press.		De bajo a intermedio
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - La única referencia que se hace a dicho documento es para completar un modelo. En el enunciado de la actividad dice completar el <i>report</i> y usar la pasiva. En la parte superior del modelo aparece la palabra <i>Memo</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe; - creemos que puede producir cierta confusión el uso indistinto de los términos <i>memo</i> y <i>report</i>. 	
Libro de texto		Nivel
Ladousse, G. P. (1996). <i>Going places. English for work and travel</i> (Study Book 2). Oxford: Macmillan Heinemann ELT.		Falsos principiantes
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Sólo plantean dos actividades de escritura de informes, uno acerca de un viaje y otro recomendando la mejor inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe; - da la sensación de mezclar las ideas de memorándum e informe. No existen más ejemplos que un párrafo de seis líneas que llaman <i>report</i>. 	

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
<p><i>The Report Writer for Business Reports</i> [Software informático] (1998). Hong Kong: Clarity Language Consultants, Ltd.</p>		Intermedio ⁶⁹
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Programa informático que ofrece ayuda para escribir informes (5 tipos diferentes, cuatro específicos y uno general); - las diferentes ayudas que ofrece en modo de ventanas son: <ul style="list-style-type: none"> - procesador de textos donde se escribe el texto; - múltiples ejemplos con sus estructuras completas (p. ej., <i>progress report</i>) y se llama <i>report bank</i>; - consejos acerca del propósito de cada sección, qué aspectos se deben cuidar más, qué tipo de lenguaje usar, etc., que llama <i>report guide</i>; - consejos gramaticales y de estilo llamada <i>style guide</i>; - recomendaciones sobre diferentes aspectos a considerar en el proceso de escritura que llama <i>process guide</i>; - una lista de aspectos a revisar y marcar como revisados (<i>writer's checklist</i>); - un esquema para establecer ciertas fechas de obtención de objetivos parciales y final (<i>schedule</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> - Interesante programa informático que puede ayudar de forma gráfica y amena a componer informes; - admite la existencia de ciertas características básicas comunes a diferentes tipos de informes; - tanto la información que se plantea en el proceso de escritura como en la lista de revisión son muy similares a las que proponemos más adelante. 	
Libro de texto		Nivel
<p>Emmerson, P. (1999). <i>Business builder: Intermediate teacher's resource series</i> (Modules 4, 5, 6: Discussions and meetings, business correspondence, business reports). Oxford: Macmillan Heinemann.</p>		Intermedio
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Toda la unidad 6 (22 páginas) está dedicada a la escritura de informes: qué es, proceso de escritura, estructura, secciones y párrafos, técnicas, lenguaje (conectores, formalidad, informalidad), conclusiones, etc.; - intercala explicaciones más teóricas con actividades que ponen en práctica alguno de los conocimientos explicados, todo ello acompañado de directrices para el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se adecua plenamente a la idea que sobre la enseñanza de este documento tenemos. 	

⁶⁹ Según nuestra propia opinión y la de otros compañeros expertos en el IN tras su inspección.

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto	Nivel
<p>Cotton, D., Falvey, D. y Kent, S. (2000a). <i>Market leader. Course Book</i> (Intermediate Business English). Harlow, Essex: Longman.</p> <p>Cotton, D., Falvey, D. y Kent, S. (2000b). <i>Market leader. Practice File</i> (Intermediate Business English). Harlow, Essex: Longman.</p>	<p>De intermedio a intermedio-alto.</p>
Descripción del material	Comentarios
<p>- Existen dos referencias: <i>course book</i> y <i>practice file</i>.</p> <p><i>Course book</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - en la sección de <i>Writing file</i> se dedica una parte al informe, entre otros documentos; - en la explicación destaca la no-aparición de un formato único, y su dependencia del tipo de informe y del estilo de la empresa; - se propone un formato común a la mayoría de informes formales, y otro para los informes breves - se explica brevemente cada sección, y el uso de secuencias y encabezamientos en los informes formales - se ofrece un ejemplo (una página) que se adecua a su propuesta de informe formal; - la práctica de la escritura de informes se plantea como parte de tres diferentes estudios de casos. <p><i>Practice file</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - es un manual de actividades y existen dos referencias al informe; - un primer conjunto de actividades hace referencia a la organización del informe, proporcionando encabezamientos a las diferentes secciones del modelo propuesto, aspectos de vocabulario, correcciones y mejoras de otros extractos pertenecientes a algunas de las secciones de un informe; - el segundo grupo de actividades, parte de un modelo llamado <i>report</i> e introducido por la palabra <i>memo</i> y el formato del encabezamiento de este último, aunque después el título del documento incorpora la palabra <i>report</i>; de este texto se derivan preguntas de comprensión y de análisis de sus secciones; se facilitan ciertas expresiones útiles; y se acaba con la presentación de una situación para que se escriba un informe a partir de ella. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nos resultan positivas las estructuras propuestas por los autores porque confirman nuestras propuestas en cuanto al formato, resultando para los formales: título, introducción (<i>terms of reference</i>), procedimiento, resultados, conclusiones y recomendaciones, y para los informes breves: título, introducción, texto principal o resultados, conclusiones y recomendaciones. No obstante, no estamos del todo de acuerdo con el hecho de que en el primer ejemplo propuesto en el <i>Course book</i> se escriba el nombre, posición y fecha al final del documento; - tampoco estamos de acuerdo con el segundo modelo presentado en el <i>Practice file</i> donde no se distinguen los términos <i>memo</i> e <i>informe</i>; - por lo demás, repetimos, que resulta una explicación completa y clara.

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
Dignen, B. (2000). <i>Writing for international business: E-mails, letters and reports</i> . St Savours Place, York: York Associates.		A partir del intermedio
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Es una guía de referencia rápida; - dedica una página exclusiva a la teoría de los informes, planteando la variabilidad del formato, su dependencia de la empresa y proponiendo tres tipos concretos (2 simples y uno totalmente completo); - también ofrece recomendaciones para revisar el documento y hacerlo fácilmente legible; - otros aspectos de la guía se refieren a cómo escribir de forma efectiva y son de aplicación general a todos los documentos del IN. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resulta una guía interesante y práctica; - sólo es positiva si se conoce algo acerca de los informes previamente, de lo contrario no es mucho lo que aporta o se puede sacar en claro; - no estamos en total acuerdo con los formatos propuestos, puesto que no plantean la existencia de formatos intermedios. 	
Libro de texto		Nivel
Jones, L. and Alexander, R. (2000). <i>New international business English: Communication skills in English for business purposes (Student's book)</i> . Cambridge: Cambridge University Press.		Intermedio-alto
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Trabajan el aspecto procesual de la escritura, aunque en ocasiones sólo de forma reflexiva con los alumnos (planificación, textualización, revisión). También reciben consejos lingüísticos de carácter general en el IN (<i>ABCD: accurate, brief, clear & decisive</i>); - su principal actividad consiste en que, a partir de unas notas, los alumnos deben escribir un informe sobre temas de salud y seguridad laboral. Su versión la deben comparar con los compañeros y con el modelo propuesto; - el modelo que proponen, aunque no lleva la palabra <i>memo</i> en su parte inicial, sigue el formato de éste (<i>to, from, date</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> - Nos parecen interesantes las directrices que facilitan para la creación de informes, muy en la línea que nosotros proponemos; - no estamos de acuerdo con el formato inicial que facilitan al alumno; el desarrollo de la información sí coincide más con la línea defendida por nosotros. 	
Libro de texto		Nivel
Naunton, J. (2000). <i>Head for business</i> (Intermediate student's book). Oxford: Oxford University Press		De intermedio a intermedio-alto
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Completar el texto principal de un informe breve, relacionado con la descripción de porcentajes, gráficos, etc., con algún conector y formas comparativas y superlativas. - una actividad consistente en escribir un informe breve basado en unos gráficos 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe. 	

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
Tullis, G. and Trappe, T. (2000). <i>New insights into business</i> (Student's book). London: Longman		Intermedio-alto
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Se plantean a lo largo del libro 5 actividades de escritura de informes: la primera se basa en la información de unas entrevistas y se ofrece un modelo (<i>retailing questionnaire report</i>); la segunda plantea dos opciones, ambas resumiendo una reunión de trabajo y recomendando algún tipo de acción; la tercera propone escribir un <i>company report</i> basado en la información de una presentación anterior y también se ofrece un modelo; la cuarta (<i>business plan</i>) y la quinta (<i>news report</i>) los incluimos más a modo informativo que por su utilidad, por existir ciertas diferencias con lo que nosotros entendemos como informe empresarial; - los dos modelos presentados sólo se ciñen al desarrollo de la información sin prestar atención al diseño del documento; la información se presenta como una simple redacción, sin usar ningún tipo de mecanismo aconsejable para este tipo de textos, y sin distinguir de forma clara sus partes. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe. 	
Libro de texto		Nivel
Adams, K. and Dovale, R. (2001). <i>Global links 1. English for international business</i> . White Plains, NY: Longman.		De falsos principiantes a intermedio-bajo
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Dos actividades relacionadas con los informes: la primera propone completar cuatro oraciones dispuestas en forma de lista con datos numéricos ofrecidos antes en una tabla (<i>Business results report</i>), y la segunda plantea la imitación de un párrafo (que denominan <i>short report</i>), basándose en una tabla con porcentajes que se ofrece al alumno; - al final del libro se ofrece una definición muy sencilla de <i>report</i> como documento informativo o analítico. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe; - resulta interesante la definición, que aunque escueta y muy simple, puede ser de utilidad a niveles iniciales; - la equiparación del término <i>informe</i> a un párrafo o una simple enumeración de resultados no nos parece muy adecuada. 	

Tabla 19. El concepto de informe empresarial en el material docente del IN (cont.)

Libro de texto		Nivel
Blackwell, A. (2001). <i>Global links 2. English for international business</i> . White Plains, NY: Longman.		De falsos principiantes a intermedio-bajo
Descripción del material	Comentarios	
<ul style="list-style-type: none"> - Muestra dos ejemplos de informes breves y un extracto de un tercero, que conllevan tres actividades de escritura de informes breves; - la primera actividad se basa en la acción que se ha llevado a cabo y los resultados ofrecidos por una encuesta; se añaden cuatro expresiones útiles a usar; - la segunda actividad se refiere a un supuesto <i>annual report</i> (llamo supuesto al estar compuesto por siete líneas, cinco de las cuales forman parte de una lista de tres puntos); la actividad consiste sólo en enfatizar los logros de una empresa y también añaden dos aspectos de <i>useful language</i>; - la tercera actividad pide reproducir un informe acerca de los objetivos futuros de diferentes departamentos, junto con un par de expresiones útiles y algunos verbos. 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece información adicional al alumno sobre cómo se escribe un informe. 	

Debemos apuntar dos aspectos importantes de carácter general al respecto de la concepción del informe empresarial en los libros de texto para la enseñanza del IN:

- este documento se contempla en los libros desde hace dos décadas, y
- los niveles de los alumnos no resultan un problema para plantear el tema de los informes, adaptado por supuesto al correspondiente nivel.

Aparte de estas ideas, debemos incidir mediante los resultados expuestos en la tabla que, mientras la investigación muestra que la escritura de informes debe ser considerada dentro de la enseñanza del IN, esto no se aplica en gran medida a los libros de texto destinados a hablantes no-nativos de lengua inglesa. Estamos de acuerdo con la dificultad que entraña esta destreza comunicativa, pero no creemos que sea razón suficiente para su olvido. Entre los diferentes ejemplos vistos en la tabla son más bien pocos los que dan directrices claras y precisas sobre cómo escribir un informe o en qué puede consistir. La sensación es que se usa más como un elemento recursivo que realmente como un documento de posible uso en la vida laboral del alumno. Sirve más como excusa para introducir algún aspecto lingüístico (descripción de gráficos, uso de la voz pasiva, etc.) o simplemente se interpreta el informe como la acción de facilitar

información, lo cual lo reduce a su mínima definición como la redacción de un texto (tal y como se suele hacer en la educación inicial y media del alumno universitario). Otro problema que plantea la visión de los informes por parte de algunos de los manuales es su equiparación al formato del memorándum (5 de los 13 manuales analizados). No queremos decir que sea erróneo, puesto que es uno de los posibles formatos del informe. Sin embargo, somos de la opinión que al alumno, aunque se le indique de alguna forma esta posibilidad, y debido al poco tiempo que puedan tener para alcanzar el conocimiento de los máximos documentos posibles, se le deben dar pautas muy claras de diferenciación de un informe y un memo, empezando por su estructura y formato.

Entre aquellos ejemplos que sí explican de manera más detallada en qué consiste un informe, su estructura, algunas de sus características, etc. (6 de los 15), podemos observar que siguen las directrices detalladas en nuestras explicaciones iniciales en este capítulo, poniendo de manifiesto la visión que del informe empresarial queremos facilitar a nuestros alumnos. Esto refuerza nuestra concepción de que los contenidos de nuestra experimentación son correctos.

En definitiva, podemos observar que, entre los materiales docentes que hacen un planteamiento general del IN, son pocos los que realmente se toman en serio el informe empresarial y adecuan sus ejemplos o explicaciones a la concepción generalizada de dicho documento. Este análisis nos lleva a las siguientes conclusiones:

- el conflicto de saber con precisión qué es un informe empresarial impide que muchos autores se atrevan a incluirlo en sus libros de texto;
- la poca atención que se le presta al informe empresarial en algunos materiales docentes puede indicar poca relevancia de dicho documento, con lo que no estamos de acuerdo, ni los estudios citados a lo largo de nuestro trabajo lo sustentan;
- es importante que, pese a ello, no se le dé al alumno del IN una visión del informe empresarial como una simple actividad de redacción, pues ni es tan sencilla ni somos de la opinión que deba transmitirse esa idea al alumno; y,
- aquellos que sí abogan por una mayor explicación o más amplia ejemplificación del informe empresarial (es decir, no sólo extractos), hablan en su mayoría de informes breves, consistentes en las partes que aplicamos a

nuestras clases y también considerando las normas de estilo y lenguaje que pretendemos enseñar a nuestros alumnos.

Barabas (1990: 271) ya apuntaba ciertas coincidencias en los objetivos de los *progress reports* entre los ejemplos reales y la información de los libros de texto. Nuestra conclusión tras ver el análisis de los documentos reales y de los libros de texto es que todos ellos tienen ciertas coincidencias en lo que se refiere a las partes principales del cuerpo del informe empresarial, así como las características lingüísticas que se integran en el inglés de los negocios. Ello no resta valor a aquellos aspectos del IN que se suelen enfatizar cuando se trata de los informes empresariales, como son el uso de encabezamientos, listas, etc. Así pues, las coincidencias radican en los aspectos más genéricos de los informes empresariales. Esos aspectos son los que han facilitado la definición que de este documento hemos ofrecido al principio del capítulo, y son los que posibilitan la explicación de las diferentes características del informe empresarial.

6.7. CARACTERÍSTICAS DE UN INFORME

Después de ver la diversidad de informes existentes, las posibilidades que nos ofrece la taxonomía, y los resultados de los dos análisis comentados, podemos apuntar que las características de un informe dependerán de los elementos que le rodean, como pueden ser el lector, el escritor, el material, el tema, el objetivo, el estilo, la estructura de dicho documento, la empresa para la que se realice, o el conocimiento previo, entre otros (Cooper, 1964; Mitchell, 1974; Fletcher, 1983; Doherty et al., 1987; Bowman y Branchaw, 1988; Himstreet y Baty, 1990; van Emden y Easteal, 1993; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996). Sin embargo, si nuestro interés estriba en redactar un buen informe, hemos de lograr:

- una buena organización de la información,
- una buena presentación de dicha información,
- un estilo formal y adecuado, y
- un lenguaje claro y efectivo.

De hecho, Donna (2000: 260) indica que “when teaching report-writing, the most important area to focus on is probably organisation of material”. Al margen de estas

cuatro directrices, debemos recordar que tanto el principio de audiencia como las propias estrategias de planificación textual deben ser siempre tenidas en cuenta.

Tras observar los estudios comentados anteriormente, nos dispusimos a adoptar una tipología pertinente para la mayor comprensión de un informe. Las cinco características que delimitan este tipo de textos son las siguientes:

- Formato.
- Vocabulario más frecuente.
- Estructura oracional y textual.
- Niveles gramaticales.
- Estilo.

Estas cinco características marcarán las directrices a seguir por los sujetos que tomarán parte en nuestro estudio posterior, mereciendo un breve comentario individual. La descripción de las diferentes características está en consonancia con la información que se les facilitó a los alumnos que participaron en la práctica docente.

6.7.1. Formato

En este primer punto, hemos de señalar que el formato o estructura del informe es la que puede marcar las diferencias con otros géneros escritos de comunicación. Es lo que denominamos *macroestructura* u *organización superior* (Alcaraz Varó, 2000: 135), y su dominio, en un mundo globalizado (como explicamos en el capítulo 2), se considera como imprescindible para la correcta comprensión del mensaje (idea que aplicada a la enseñanza de los géneros en el aula del IN reafirman varios autores como Blanco Gómez, 2001; Cortés de los Ríos y Cruz Martínez, 2001a; Cortés de los Ríos y Cruz Martínez, 2001b; Kindelán Echevarría, 2001). Alcaraz Varó (2000: 135) especifica que la macroestructura consta de dos tipos de estructuras: la primaria y la secundaria. La primaria está compuesta por secciones, y es a la que prestaremos una mayor atención. La estructura secundaria hace referencia a las *secuencias (moves)*⁷⁰; éstas pueden estar compuestas por unidades informativas, que no vamos a tratar en nuestro estudio. Respecto a las primeras, sólo estableceremos las que deben aparecer en la sección de

⁷⁰ Véase nota 29 en capítulo 3.

Introducción, ya que el resto está totalmente supeditado a los diversos aspectos concretos del informe (contenido, tema, etc.) y no pueden preverse de forma general.

Del mismo modo que con anterioridad hemos comentado la gran variedad de informes existentes, los diferentes manuales consultados muestran formatos variados (p. ej., Fletcher y Gowing, 1990; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; McMurrey, 1997; Donna, 2000), aunque todos abogan por conocer diversos tipos y adaptarlos a las circunstancias en las que el informe haya de ser redactado, siempre según su propósito. Con relación a esto, Cooper (1964: 25) ya señalaba que “the nature of a report and its purpose will dictate its structure”, lo cual es respaldado hasta nuestros días por los autores antes mencionados.

Leung (1991) ya explicó en su investigación lo molesto que resultaba diferenciar entre informes breves y largos, por lo que en su aplicación docente opta por la escritura estándar del informe (*standard report writing*) que plantea un formato básico: *introducción, resultados, conclusiones y recomendaciones*. No obstante, consideramos que la aplicación de este simple modelo puede interpretarse como una actividad pedagógica más. Para que tenga una semejanza mayor a un documento real (queja que ya planteó Barabas (1990) acerca de la poca credibilidad de las tareas académicas con respecto a las del mundo laboral) hemos incorporado la *portada* y el *título* como elementos fundamentales y hemos cambiado el nombre de *resultados* por el de *texto principal*.

Esta decisión respecto a la estructura a impartir en nuestras aulas también está apoyada por la obra de Lesikar y Pettit (1995: 112-113), quienes indican que según el nivel de formalidad y la longitud, un informe puede resultar en una escala progresiva de siete etapas (siendo la primera la versión más completa del informe). En este proceso evolutivo, ocupa el séptimo lugar el *memo-report*, el sexto el *letter-report* y el quinto el *proper report + title page*. Estos autores denominan a esta última variante *popular short report*, y contiene exactamente las secciones que incluimos en el formato que usaremos en nuestra aplicación docente. Dicho formato constará, pues, de las cinco partes siguientes: *portada y título, introducción, texto principal, conclusiones y recomendaciones*.

Además, tanto en los ejemplos vistos en los apartados anteriores como según las directrices que plantean muchos de los expertos (Lehman et al., 1996; Bovée y Thill, 2000; Ober, 2001; O'Hair et al., 2001; Lehman y DuFrene, 2002) se indican básicamente estas secciones como las pertenecientes a las propias del texto del informe y que pueden aparecer en cualquiera de los formatos que elijamos (tal y como proponen otros autores como Brereton y Mansfield, 1997; Forsyth, 1997; Rosenberg, 1999; Taylor, 1999b). Además, nosotros añadimos la portada para darle un tipo de formato determinado y que ningún experto descarta como posible. Cassany i Comas (1996) habla de la estructura 'trimembre' del informe (presentación, exposición y cierre) dentro de la que se encuentran las diferentes secciones del informe. La portada y la introducción las ubica en la presentación; el texto principal dentro de la exposición; y las conclusiones y recomendaciones en el cierre (existiendo muchas más secciones en cada uno de esos bloques hasta llegar a todas aquellas que pueden aparecer en un informe completo). Así las distintas partes del informe empresarial son:

1. *Portada*. Es la primera página del trabajo y de la que depende mucho la impresión inicial del lector (de ahí su relevancia). Ésta debe incluir cuatro datos importantes: título, datos del receptor, datos del emisor y fecha de finalización del informe.

Título. Probablemente es la parte más importante de la portada. Sirve para que los lectores identifiquen de forma rápida de qué trata el informe. Se aconseja que sea claro y conciso. El título ofrecerá un primer apunte sobre la información que aparecerá desarrollada dentro del texto del informe. Diversos estudios relativos a la importancia de los títulos en textos de investigación y de negocios han sido publicados recientemente, coincidiendo en la recomendación de concisión a la hora de elegir un encabezado que ofrezca información a un posible lector⁷¹.

2. *Introducción*. Apartado en el que se presenta el informe al lector. Debe ofrecerse información acerca de lo que ha motivado el documento, el problema y el objetivo del mismo, su campo de aplicación, sus limitaciones y el método de recogida de datos (si es necesario). Estas secciones son las que dan nombre a las secuencias de

⁷¹ A este respecto conviene destacar los trabajos publicados por diversos autores referentes a los títulos de los artículos de investigación, tales como libros de Swales y Feak (1994), Dietz (1995), Fortanet Gómez (2002) y el artículo de Fortanet Gómez et al. (1997).

la introducción, y por lo tanto no es necesario que aparezcan todas ellas ni que las que aparezcan tengan un orden predeterminado.

3. *Texto principal.* Bajo este encabezamiento encontramos la explicación detallada de aquello que el autor pretende expresar mediante el informe. En este apartado, es aconsejable que el autor establezca encabezamientos y subencabezamientos para el mejor desarrollo y comprensión del texto. La longitud y el tipo de lenguaje utilizado en este apartado dependerán de la especificidad y propósito del informe en cuestión.
4. *Conclusiones.* Esta sección constituye la parte crítica donde el autor debe recapitular las evidencias que se han ido comentando a lo largo del texto principal. Es una visión breve, objetiva y final de lo anteriormente mencionado.
5. *Recomendaciones.* No todos los informes finalizan con recomendaciones; sin embargo, si un informe tiene conclusiones y recomendaciones es aconsejable que vayan por separado (van Emden y Easteal, 1993) aunque no resulta obligatorio (Bowman y Branchaw, 1988). Éstas deben ceñirse a expresar la opinión subjetiva del autor acerca de cómo se debe tratar con los hechos descritos, aportando soluciones a los posibles problemas observados en el informe.

Un aspecto importante a resaltar dentro de este apartado es la conveniencia de utilizar encabezamientos (o epígrafes) en cada parte del informe, y no sólo dentro del desarrollo principal del texto. Los encabezamientos son títulos que aparecen en la parte superior de algunas secciones del texto (Bowman y Branchaw, 1988). Éstos tienen una doble función muy importante: en primer lugar, le sirven al lector para conocer previamente el tema o subtema que va a leer y le facilita referencias posteriores al contenido. En segundo lugar, el escritor se sirve de ellos para organizar de forma coherente y ordenada su redacción del informe (Bowman y Branchaw, 1988; Fletcher y Gowing, 1990; Mort, 1992; Rogoff y Ballenger, 1994; Anderson, 1995; Forsyth, 1997; McMurrey, 1997; Gillies, 1999; Kuiper y Kohut, 1999; Rosenberg, 1999; Bovée y Thill, 2000; Netzley y Snow, 2002). A este respecto, queremos indicar que nosotros distinguimos entre dos tipos de encabezamientos (*headings/captions*): los *explícitos* (*talking/action*) y los

generales (topic/general) (basados en Fletcher y Gowing, 1990)⁷². Los primeros explican de forma concisa y precisa de qué trata la sección que introducen; los segundos suelen reducirse a una o dos palabras, aproximadamente, y son muy genéricos para que el lector pueda hacerse una clara idea de la sección que encabezan antes de su lectura.

Por otro lado, todos los investigadores señalan la necesidad de usar un sistema de numeración para dividir los encabezamientos y las secciones que puedan surgir a lo largo del informe. Entre estos sistemas destacan los que usan números romanos, los de números arábigos o el sistema alfabético. Hoy en día el sistema de numeración decimal (1., 1.1., 1.2., ...), está ganando más adeptos y se está imponiendo a los otros posibles sistemas o combinaciones existentes (Cooper, 1964; Mitchell, 1974; Fletcher, 1983; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Lesikar y Pettit, 1995; Forsyth, 1997; Blundel, 1998; Gravett, 1998; Heritage, 1998; Bowden, 1999). A su vez, también se recomienda no sobrepasar los tres niveles en las diferentes subdivisiones.

6.7.2. Vocabulario más frecuente

Ya en el capítulo 3, apartado 5.5.1, nos referimos de forma sucinta a la división que hace Alcaraz Varó (2000) del vocabulario del IPA (técnico, semitécnico y general) y de las diferencias existentes entre los tres tipos de léxico del IN (de la economía general, del comercio y de las finanzas). Estas distintas variedades léxicas, junto con la amplia gama de temas sobre los que puede versar un informe empresarial, nos han llevado a excluir el estudio del vocabulario entre los objetivos de este trabajo. El ámbito de los negocios en los que se muevan nuestros alumnos será el que regule el tipo de vocabulario a usar. No obstante, sí mencionaremos algún aspecto importante sobre este tema y que puede influir en otras características de la escritura de informes empresariales.

Como apuntan van Emden y Easteal (1993: 38), los informes deben ser “unambiguous, grammatically correct and as easy as possible to read”. Para lograr esto debemos utilizar palabras que el lector pueda entender, tanto por su significado como por su ortografía.

⁷² Aunque sea la opción que nosotros defendemos, sabemos que no todos los autores hacen tal distinción, como por ejemplo Cassany i Comas (1996) quien habla de títulos *absolutos* (el principal) y títulos *internos* (de secciones, capítulos, etc.).

Estos autores inciden en el cuidado de la ortografía refiriéndose a estudiantes nativos, por lo que nuestro esmero por un buen uso de las normas ortográficas deberá ser aún mayor cuando tratemos con estudiantes para los que el inglés sea una lengua extranjera.

A la hora de escribir un informe, los manuales aconsejan tener cuidado con una serie de palabras, como clichés, jerga o terminología específica, palabras vacías de significado (verbosidad), palabras abstractas que no aportan idea alguna al texto, latinismos, etc. Su uso empobrece el estilo del informe y aleja al lector del pretendido proceso comunicativo, como bien aparece apuntado en un sinfín de bibliografía al respecto (Cooper, 1964; Delisau, 1986; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; Graham y Graham, 1994; Rogoff y Ballenger, 1994; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996). Sin embargo, también apuntan que cuando un término sea de uso corriente en el ambiente profesional del lector o necesario para una completa información, es lógico su uso pese a que esto contradiga las reglas de simplicidad que se suelen recomendar, y que se pueden resumir en el uso de palabras simples, breves, familiares y concretas. Esta opinión, ya apuntada por Mitchell (1974), y recogida por Fletcher (1983), ha sido posteriormente desarrollada por otros autores (Delisau, 1986; Mort, 1992; Anderson, 1995; Lehman et al., 1996). Esto mismo es señalado por van Emden y Easteal (1993: 39) quienes comentan que, “if the idea is expressed precisely and concisely at the first writing, both writer and reader are happy”.

También cabe destacar dentro de este apartado el tono del informe como un aspecto a tener en cuenta a la hora de ser escrito. Éste viene determinado por la audiencia. El tono consiste en la elección de las palabras adecuadas para que el lector comprenda el texto, pero a su vez influye en la redacción apropiada del mismo, ya que dependiendo de nuevo de la audiencia, el escritor propondrá soluciones o impondrá acciones futuras.

6.7.3. Estructura oracional y textual

A la hora de comentar las características estructurales internas que definen un informe hemos decidido comenzar por una introducción a la estructura oracional propia de este tipo de textos para, a continuación, proceder a observar brevemente la estructura textual de los mismos. Estos aspectos son una clara continuación de las características del IN.

6.7.3.1. Estructura oracional

La oración suele tener los elementos que la componen en un orden determinado (sujeto, verbo y objeto/complemento). Sin embargo, la inversión de dicho orden es posible si lo que se pretende es enfatizar una de sus partes, y de esta forma tener mayor efecto en el lector (Cooper, 1964). Este tipo de inversión es a menudo utilizada en informes.

Por lo general, el aspecto de la oración en el que más se incide es en el de su longitud, como bien apuntaron Cooper (1964) y Mitchell (1974)⁷³. Se aconseja que las oraciones de un informe sean breves, sin superar la media de 20 palabras, aproximadamente. También es preferible que éstas se adecuen a la expresión de una única idea, con lo que se evitará la subordinación. Finalmente, es recomendable hacer un uso apropiado de los signos de puntuación y conectores, lo que ayudará a que oraciones más largas sean más asimilables. De nuevo es necesario incidir en que el escritor ha de tener en cuenta al lector constantemente, e intentar facilitarle la lectura del informe en la medida de lo posible. No obstante, a pesar de que éstos sean los consejos que más proliferan, se advierte igualmente la conveniencia de intercalar oraciones cortas junto con otras menos breves, para no caer en la monotonía y mantener así el interés del lector.

6.7.3.2. Estructura textual

Al igual que ocurre con las oraciones, se recomienda la escritura de párrafos no muy largos, en los que se exprese un sólo aspecto. Del mismo modo, también se aconseja la variación en la longitud de los párrafos que conforman el informe para no crear monotonía en el lector. La cantidad de párrafos dependerá de la cantidad de ideas que se quieran expresar y, a su vez, de las distintas subdivisiones que existan en el documento. Los párrafos suelen tratar un aspecto particular dentro del desarrollo de las ideas. Debe evitarse en todo momento el *párrafo-frase* (Cassany i Comas, 1996: 329), que son párrafos de una sola oración y que dan la sensación de ser ideas sueltas que no ayudan a la coherencia textual. De igual forma, la mayor parte de manuales aconsejan cuidar la

⁷³ Este mismo concepto también es comentado, con posterioridad, por otros muchos autores (Fletcher, 1983; Delisau, 1986; Bowman y Branchaw, 1988; Fletcher y Gowing, 1990; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; van Endem y Easteal, 1993; Graham y Graham, 1994; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996; Fletcher y Gowing, 2000). No obstante, es importante no tomar las oraciones como valor absoluto de la medida de la legibilidad (Cassany i Comas, 1996).

coherencia, el orden, la unidad y la legibilidad de cada párrafo (Doherty et al., 1987; Fletcher y Gowing, 1990; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; van Emden y Easteal, 1993; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Lehman et al., 1996).

6.7.4. Niveles gramaticales

Aspectos tales como la utilización de participios no relacionados, la confusión de las formas de plural y singular de algunas palabras, la repetición de palabras a través de sinónimos o de palabras del mismo campo semántico, o la contracción de dos palabras, son desaconsejados por varios de los autores estudiados, tales como Cooper (1964), Mitchell (1974), o Doherty et al. (1987). Respecto al uso de tiempos verbales en voz activa y/o pasiva, ambas opciones parecen válidas siempre y cuando se tenga en cuenta que la primera es más directa y breve, mientras que la segunda es más formal e impersonal. Algunos autores abogan por intercalar ambas voces verbales, aunque comentan la existencia de una considerable ventaja en el uso de la voz activa (Doherty et al., 1987; Graham y Graham, 1994; Anderson, 1995; Lesikar y Pettit, 1995; Cassany i Comas, 1996; Rosenberg, 1999; Vandome, 1999; Roman y Raphaelson, 2000; Ober, 2001; Garrett y Dennis, 2002). La elección siempre dependerá del propósito del escritor, quien deberá tener en cuenta constantemente a sus posibles lectores.

Por último, es necesario comprobar aspectos relativos tanto a la cohesión como a la coherencia textual, tales como el uso de pronombres personales (asegurándonos de la clara identificación del nombre al que se refieren), tiempos verbales, preposiciones, concordancia entre sujetos y verbos, y otros aspectos ya señalados anteriormente como son la ortografía y la puntuación, o los aspectos metadiscursivos comentados en el capítulo 4 como características generales del IN.

6.7.5. Estilo

El estilo está íntimamente relacionado con todos y cada uno de los aspectos que hemos visto hasta ahora. Estilo es básicamente “the manner of writing as opposed to the material” (van Emden y Easteal, 1993: 58). Como puede deducirse de dicha definición, un texto puede ser gramaticalmente correcto, pero ser estilísticamente deficiente.

Delisau (1986: 63) define estilo como “la forma en que el informe se presenta sobre todo en lo que se refiere a la claridad y legibilidad del texto”. Estos dos conceptos dependen de todas las características previamente comentadas y se consiguen siendo lo más objetivos posible a la hora de informar, sintetizando datos al máximo, redactando de forma clara, etc. Estas normas, aplicadas a la creación de documentos comerciales (en nuestro caso el informe), evitan la aparición de información irrelevante, explicaciones complejas, referencias personales innecesarias, uso de jerga específica a un grupo reducido de usuarios, y cualquier otra característica típica inherente a las conversaciones informales (Doherty et al., 1987).

Por último, señalamos al principio de este trabajo que una de las razones para la existencia de una gran variedad de informes se basaba en la formalidad o informalidad del discurso, por lo que el estilo puede variar en función de la audiencia, el propósito y el formato del informe que se escriba. No obstante, nosotros creemos que un informe es generalmente un documento comercial formal, y eso implica la utilización de un vocabulario formal siempre que sea posible, en detrimento de un léxico mucho más informal, de no usar contracciones y de utilizar más la tercera persona que la primera o segunda (como características en las que parece existe cierto acuerdo para distinguir el nivel de formalidad de cualquier documento).

Llegados a este punto, presentaremos la metodología utilizada para llevar a cabo nuestro estudio empírico. Observaremos en qué ha consistido nuestra aplicación docente del informe empresarial en tres grupos diferentes de sujetos, al igual que describiremos cómo se llevó a cabo su implementación.