



Universitat de València, 10-12 marzo de 2010

Mapa del discurso académico: detalles

Academic discourse map: details

Anna Nencioni

Universidad de Salamanca

nenci@usal.es

Resumen

Nuestras reflexiones tienen como marco de referencia los contenidos y el desarrollo de la asignatura Italiano Jurídico, Comercial y técnico académico, que se imparte en la Universidad de Salamanca como asignatura de libre elección. La parte de italiano técnico académico es la que dedicamos al ámbito universitario, analizando documentos con un enfoque contrastivo que fomente la reflexión acerca de la posibilidad de establecer equivalencias textuales sobre la base de afinidades culturales y comprobadas analogías entre contexto académico italiano y el español.

En nuestra comunicación analizamos distintos aspectos, fundamentalmente recogidos en tres apartados:

- 1) la definición del término discurso académico y criterios para acotar el objeto de estudio.
- 2) lo ordinario y lo extraordinario de la comunicación universitaria.
- 3) analogía de contextos y equivalencias textuales en universidades de países y lenguas diferentes.

La denominación de discurso académico puede referirse a la producción científica y a las obras de divulgación que acercan el saber especializado a quien está aprendiendo. También se puede vincular el discurso académico a la dinámica de transmisión de conocimientos y a los modelos pedagógicos que subyacen al desarrollo de las clases y a la comunicación entre profesores y alumnos. Por otro lado, también merece interés la consideración del intercambio comunicativo entre grupos de pares, profesores y alumnos, que incluso en los casos de mayor informalidad muestran signos de pertenencia al mundo académico.

Nuestro punto de partida es considerar el discurso académico como un conjunto de situaciones comunicativas, generadas dentro de la universidad, que producen textos, tanto escritos como orales. Nos limitamos, pues, a analizar un aspecto de la comunicación, en cierto modo *interno*, siendo conscientes de que hay un discurso social sobre la universidad que pasa por los medios de comunicación, que a ella se refieren con distintas valoraciones según el hecho narrado, y que, posiblemente, vuelve a las aulas como tema de estudio.

La vida académica transcurre entre lo cotidiano y lo excepcional, lo ritual y lo imprevisto y su manifestación textual pertenece a la experiencia vivida por todos los actores del mundo académico. Pero, para ser conscientes de ello, es necesaria una minuciosa labor de inventario de todo lo que se percibe como elemento constituyente del discurso académico y a esta actividad se dedica la fase de introducción a la asignatura a la que nos hemos referido.

Los detalles de nuestro mapa del discurso académico, conciernen, en este caso: textos publicitarios de universidades italianas públicas, en los cuales se promociona la propia imagen y servicios con el fin de captar nuevos alumnos; documentos de campañas para la elección de un nuevo rector, más

concretamente aquellos textos donde los candidatos se auto presentan ante los miembros de la comunidad universitaria; actas de un concurso oposición, también perteneciente a la realidad académica italiana (según la normativa vigente en Italia, de obligada publicación en Internet), donde figuran los juicios individuales de cada miembro del tribunal y la sucesiva reelaboración en la redacción de la valoración conjunta.

Palabras clave: discurso, universidad, comunicación, textos.

Abstract

My reflections on this matter stem from the contents and development of the subject entitled “Legal, Commercial and Technical-Academic Italian”, included in the University of Salamanca curriculum as an optional subject. In the “technical-academic” part of the subject I focus on the university sphere, analysing documents with a contrastive approach which intends to stimulate our students’ reflection on the possibilities of establishing text equivalences on the basis of cultural affinities and proven analogies between the Italian and the Spanish academic contexts.

In my paper I analyse several topics, which can be summarised as follows:

- 1) the definition of academic discourse and the criteria to outline our field of research.
- 2) the ordinary and the extraordinary in academic communication.
- 3) the context analogies and text equivalences in universities from different countries and with different languages.

The expression “academic discourse” may refer both to scientific production and to works aimed at disseminating expert knowledge among students. “Academic discourse” can also be related to the process involved in the transfer of knowledge as well as to the pedagogical models that underpin the actual development of classes and the communication between teachers and students. Besides, it is worth considering the communication exchange among groups of peers, teachers and students, which even in the most informal situations may show signs of belonging to academic spheres.

My starting point is to consider academic discourse as a series of communication situations which take place within the university and which result in the production of both written and oral texts. Therefore, I focus on the analysis of a single aspect of communication –to a certain extent internal–, bearing in mind that there is also a social discourse about university conveyed by the media. Reference is made by these media to the academic sphere with different assessment criteria depending on the particular fact, and this information bounces back to the classrooms as a field of study.

Academic life goes by between the usual and the exceptional, between the ritual and the unexpected, and its textual expression belongs to the life experience of all actors in the academic world. However, a detailed inventory work of all the elements which are perceived as part of the academic discourse is needed in order to be aware of it. I devote the introductory part of my subject to this topic.

The details of our academic discourse map refer in particular to: 1) advertising texts from Italian public universities, aimed at promoting their image and their services with a view to recruit new students; 2) documents of Rector electoral campaigns, specifically texts in which candidates introduce themselves to the members of the academic community; and 3) minutes of a competitive exam taken from an Italian academic instance, which –according to current regulations– have to be made public in Internet, with the individual assessment of each and every member of the jury as well as the collective assessment drafted on the basis of individual opinions.

Key words: discourse, University, communication, texts.

Referencias bibliográficas / Bibliographical references:

Serrano, S. 2000. Comprender la comunicación. Barcelona: Paidós.

Covino, S. (a cura di). 2001. La scrittura professionale. Ricerca, prassi, insegnamento. Atti del I Convegno di Studi (Perugia, Università per Stranieri, 23-25 ottobre 2000). Firenze: Olschki.

Lavinio, C. 2004. Comunicazione e linguaggi disciplinari. Per un'educazione linguistica trasversale. Roma: Carocci.

Boldrini, M.- Morcellini, M. 2005. Un'idea di Università. Comunicazione universitaria e logica dei media. Milano: Franco Angeli.

Testa, A. 2006. "I linguaggi della pubblicità ed i prodotti-servizi-universitari", 13-14 marzo 2006, Forum sulla Comunicazione Universitaria: "Come parla l'Università: i linguaggi della comunicazione degli Atenei" Roma.

<http://www.aicun.it/archivio/incontri/roma2006/testa.pdf>

Marchione, B. 2009. "L'università italiana tra crisi e riforma. La sfida della comunicazione". 30-31 marzo 2009, Forum sulla Comunicazione Universitaria, Roma, ENEA.

<http://www.aicun.it/archivio/incontri/roma2009/marchione.pdf>