



Programa Oficial de Posgrado en Estudios Superiores de Lengua Española
Departamento de Filología Española, Italiana, Románica, Teoría de la Literatura y
Literatura comparada

TESIS DOCTORAL

EL COMPONENTE CULTURAL DE LOS MANUALES DEL ESPAÑOL DEL TURISMO: PROPUESTA DIDÁCTICA

Inmaculada Correas González

Directora:

Sara Robles Ávila


Málaga 2015





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: Inmaculada Correas González

 <http://orcid.org/0000-0002-7860-1071>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
DEPARTAMENTO DE FILOLOGÍA ESPAÑOLA I
Y FILOLOGÍA ROMÁNICA

Facultad de Filosofía y Letras
Campus Universitario de Teatinos
Telf.: 95 213 17 70
E-29071 - MÁLAGA

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
REGISTRO GENERAL

Entrada

Nº. 201500200025027
12/11/2015 12:03:47

SARA ROBLES ÁVILA, profesora titular de Lengua española, adscrita al departamento de Filología Española, Italiana, Románica, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, AUTORIZA la defensa de la tesis doctoral titulada:

LOS ASPECTOS CULTURALES EN LOS MANUALES DEL ESPAÑOL DEL
TURISMO: PROPUESTA DIDÁCTICA,
realizada por la doctoranda INMACULADA CORREAS GONZÁLEZ.

Málaga, 9 de noviembre de 2015



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
Facultad de Filosofía y Letras
Departamento de Filología Española,
Italiana, Románica, Teoría de la Literatura
y Literatura Comparada

Fdo. Sara Robles Ávila



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Centro Internacional de Posgrado y Doctorado
Servicio de Posgrado y Escuela de Doctorado

SOLICITUD DE MENCIÓN EUROPEA EN EL TÍTULO DE DOCTOR

DATOS DEL/LA DOCTORANDO/A:

APELLIDOS: Correas González		NOMBRE: Inmaculada	
D.N.I./PASAPORTE: 23789852D		CORREO ELECTRÓNICO: inmaculada.correas@unimh.it	
DOMICILIO: Via Carducci 3/B		TELÉFONO: 0039 3336554916	

DATOS DE LA TESIS DOCTORAL:

TÍTULO: El componente cultural de los manuales del español del turismo: propuesta didáctica.
DEPARTAMENTO/CENTRO RESPONSABLE: Filología española, italiana, románica, teoría de la literatura y lit.comp.
DIRECTOR/ES DE LA TESIS: Sara Robles Ávila
TUTOR (en su caso):

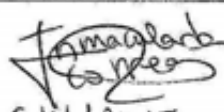
DATOS ACREDITACIÓN EUROPEA:

IDIOMA EN EL QUE SE VA A REDACTAR Y DEFENDER PARTE DE LA TESIS: italiano	
INFORMES DE DOS EXPERTOS DOCTORES: 1.- DR./A. Federica Ricci Garroti INSTITUCIÓN: Università degli studi di Trento (Italia) 2.- DR./A M. Pilar Capanaga Caballero INSTITUCIÓN: Università degli Studi di Bologna (Italia)	
ACREDITACIÓN ESTANCIA: DR./A (Bona Loreta) INSTITUCIÓN: Università degli Studi di Trento	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA REGISTRO GENERAL 12 NOV. 2015 ENTRADA

Documentación que se adjunta:

- Informes de los dos expertos en sobre cerrado
- Currículum de los dos expertos
- Certificado original de la estancia

FIRMA DEL DOCTORANDO/A:

 Fecha: 8/11/2015

SR. PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



EFQM AENOR



Pabellón de Gobierno, Campus El Ejido,
29071 - MÁLAGA,
Tel: 952 12 10 25
Email: doctorado@unimh.es



A mi familia



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Agradecimientos

A Sara Robles por su ayuda, apoyo y dedicación en la realización de esta tesis, ya que sin ella no hubiera podido recorrer este camino.

A M. José y Gonzalo por sus consejos, apoyo y por haber hecho posible la entrega de este trabajo.

A Javier por su disponibilidad.

A Elena y Federica por su amistad incondicional.

Y a todos los compañeros que han colaborado para que este trabajo vea la luz.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Resumen

Cultura y lengua van de la mano, por lo que hay que tenerlo presente también en el caso de las lenguas con fines específicos, como es la del turismo, para evitar los malentendidos que pueden ser considerados como falta de profesionalidad o incluso descortesía. De aquí la necesidad de analizar los tipos de cultura presentes en los materiales del español del turismo para poder cuestionarnos qué referentes culturales transmitimos a nuestros alumnos y si se pueden considerar apropiados y representativos de la realidad hispana, asimismo, comprobar el tipo de temas que se incluyen en cada uno de los textos y la orientación cultural que subyace en ellos, para comprobar si desarrollan la consciencia intercultural del discente, y promueven las competencias plurilingüe y pluricultural previstas en el MCER, que permiten aprender a través de la relación con varias lenguas. Habilidades imprescindibles en una sociedad globalizada como la nuestra y en un sector internacional como el turismo.

Aunque el enfoque comunicativo ha favorecido la integración de lengua y cultura, hemos constatado en nuestro trabajo que no ha ocurrido lo mismo en los materiales del ET, donde se tiene poco presente la cultura esencial y más la cultura legitimada, ya que tras el análisis hemos comprobado que los materiales del español del turismo publicados desde 1994 hasta 2012, tanto en España como en Italia, no permiten un buen desarrollo del componente cultural (sociocultural, sociolingüístico, intercultural y pluricultural) previsto en el *MCER*. Y esto se puede verificar tanto en la selección de temas que proponen los distintos materiales como en el concepto de cultura que subyace, puesto que una buena parte de los contenidos corresponden a la denominada “cultura cultivada o legitimada”. Además pocos materiales del español del turismo promueven la enseñanza-aprendizaje de las competencias culturales a través de propuestas pedagógicas, sino que más bien constituyen un repertorio de textos informativos que el alumno debe leer.

Asimismo este trabajo ha intentado ofrecer una plantilla que permita el análisis para que tanto investigadores como docentes, que se ocupen del ámbito del turismo, puedan analizar los materiales presentes en el mercado, y poder así sacar sus propias conclusiones sobre los tipos de textos de los que se dispone para la enseñanza del ET.

La enseñanza-aprendizaje de una lengua de especialidad o con fines específicos, como es el español del turismo, debe basarse no solo en el aprendizaje de contenidos del sector siguiendo un enfoque comunicativo, sino que es necesario que las propuestas que se lleven al aula tengan en cuenta el desarrollo de las competencias culturales de forma que el alumno adquiera una mayor conciencia de la cultura meta y de la propia cultura, amén de las otras que están presentes en el aula o con las que

se encontrará en un futuro como profesional del sector. También es necesario que se fomente en mayor medida el “saber hacer” y el “saber ser” del MCER, indispensables en el entorno laboral. Por todo ello, confiamos que tanto los profesores que imparten este tipo de cursos como los autores/editores de futuras publicaciones los tengan más presentes.

Por lo tanto, creemos necesario ampliar los contenidos culturales presentes en los materiales actualmente en el mercado, sobre todo incorporando el ámbito de los países de Hispanoamérica que tienen una baja presencia en ellos. A la vez hay que promover una visión multicultural, fundamental en el profesional actual del turismo. Así también resulta necesario elaborar propuestas didácticas del ET en las que estén presentes enfoques más actuales con la ayuda de las nuevas tecnologías.

Para completar la investigación hemos elaborado una unidad didáctica que trate de paliar las carencias detectadas en los materiales analizados y proponer un modelo dirigido al español con fines específicos, concretamente al español del turismo en la que se desarrollen las competencias culturales (sociocultural, intercultural y pluricultural).

La propuesta “Con mucho gusto.”, dirigida a usuarios competentes C1 de ámbito universitario, tiene como objetivo poner en práctica las conclusiones a las que hemos llegado en el presente trabajo, a la vez de proponer un modelo en el que la cultura tenga un papel central, dando la posibilidad a que los alumnos adquieran contenidos del ET de forma práctica y motivadora, de ahí que se haya elegido el enfoque por tareas.

Para acabar queremos señalar la presente investigación recoge la teoría de lo cultural (sociocultural, intercultural y pluricultural), analiza su presencia en los materiales del ET y ofrece un modelo útil para el desarrollo de las competencias sociocultural, intercultural y pluricultural con la esperanza de que tanto docentes como autores de materiales del español del ET lo tengan en cuenta y fomente la elaboración de materiales en los que el desarrollo de las competencias culturales tenga un papel central.

Abstract

We can state that language and culture go hand in hand, this must be borne in mind in the case of languages for specific purposes as well, such as tourism, to avoid misunderstandings that can be considered unprofessional or even impolite. Hence the need to analyse the sort of culture shown in the materials used to teach Spanish for tourism to question what cultural references they convey to our students and whether they can be considered appropriate and representative of the Hispanic reality also analyse the topics which are included in each of the texts, and the cultural orientation that underlies them, to see if they develop the intercultural awareness of the learner, and promote multilingual and multicultural competence as is laid down in the CEFR, allowing students to learn through relationships with several languages. These are essential skills in a globalized society like ours and in international tourism.

Although the communicative approach has encouraged the integration of language and culture, in our dissertation we have found that nothing similar has taken place in the teaching materials used for Spanish for tourism, where the essential culture and what is more, the legitimate culture do not have the adequate relevance because after our analysis we have found that Spanish for tourism materials, published from 1994-2012, both in Spain and in Italy, do not allow a good development of the cultural component (sociocultural, sociolinguistic, intercultural and multicultural) as required in the CEFR. And this can be verified both in the selection of topics proposed by different materials and the underlying concept of culture, since much of the contents corresponds to the so-called "legitimate or cultivated" culture. Besides few teaching resources for Spanish for tourism promote the "teaching and learning" of the cultural skills through pedagogical suggestions, but rather constitute a repertoire of informational texts that students should read.

Also this paper has attempted to provide a template that allows the analysis so that both researchers and teachers who deal with the field of tourism, can analyse teaching resources on the market, thus we can all draw our own conclusions about the kinds of texts available for teaching Spanish for tourism.

The teaching and learning of a language for SP, such as Spanish for tourism, must be based not only on content learning of tourism, by following a communicative approach, but it is fundamental that the activities carried out in the classroom should take into account the development of cultural competence so that students acquire a greater awareness of the target culture and their own culture, apart from the others that, though the students, are the main components of the class or the culture which the students will have to deal with in their future as professionals in their work field . It is also



necessary to further promote the CEFR skills known as "know-how" and "knowing how to be", which essential in the workplace. Therefore, we are confident that both teachers of such courses and the authors / editors of future publications take all this into greater account.

Therefore, we believe that cultural contents in the materials currently on the market should be expanded, especially including topics related to Latin American countries that are currently represented quite limitedly. At the same time a multicultural insight should be promoted, which is fundamental in the current tourism-related professions. We claim that new teaching resources should be developed for Spanish for tourism, so that the current materials could be enhanced and expanded through the use of the latest technologies.

In order to complete the investigation we have developed a teaching unit to try to make up for the shortcomings, which we have spotted in the analysed materials and propose a model aimed at Spanish for specific purposes, namely the Spanish for tourism in which cultural competence (sociocultural, intercultural and multicultural) are developed.

The proposal "With pleasure..." designed for C1 competent users at university, aims to implement the conclusions we have reached in this paper, while proposing a model in which culture has a central role, making it possible for students to acquire practical contents of Spanish for tourism in a practical and motivating way, which is why we have chosen the approach tasks.

Finally we want to highlight that this research includes the "cultural" theory (cultural, intercultural and multicultural), it analyses its presence in the materials of Spanish for tourism and provides a useful tool for the development of cultural, intercultural and multicultural competence hoping that both teachers and authors of resources for Spanish for tourism take this into account and promote the creation of materials in which the development of cultural competence has a central role.

Índice de contenidos

Capítulo 1: Introducción.....	15
1.1 Justificación de la investigación.....	16
1.2 Objetivos.....	19
1.3 Metodología.....	20
1.4 Estructura el trabajo de investigación.....	22
Capítulo 2: El concepto de cultura. Diferencias y delimitaciones.....	25
2.1 Tipos de cultura.....	30
2.2 Las competencias generales: competencia sociolingüística, sociocultural, intercultural y pluricultural.....	36
Capítulo 3: Breve historia de los enfoques y métodos en la enseñanza de idiomas.....	61
Capítulo 4: La enseñanza del español con fines profesionales: el español de turismo.....	73
4.1 El español del turismo.....	75
Capítulo 5: Análisis de un corpus de materiales del español del turismo publicados en España e Italia desde 1994 hasta 2012.....	81
5.1 El paradigma de la investigación.....	81
5.2 Técnicas de trabajo.....	81
5.3 Corpus de datos.....	86
5.4 Descripción de cada uno de los materiales analizados.....	93
5.5 Análisis corporativo de los materiales.....	182

Capítulo 6: Análisis de los aspectos culturales de los manuales del turismo desde la perspectiva del docente.....195

6.1 Justificación del formato.....	195
6.2 Justificación del contenido.....	196
6.3 Análisis de los resultados obtenidos.....	203
6.4 Conclusiones.....	219

Capítulo 7: Propuesta didáctica: una tarea para desarrollar los aspectos culturales en los manuales del español del turismo.....221

7.1. Justificación y contextualización.....	221
7.2. Objetivos.....	223
7.3. Nivel de competencia de los destinatarios.....	223
7.4. Justificación del enfoque adoptado.....	227
7.5. Estructura de la unidad didáctica.....	228
7.6. Propuesta didáctica.....	230

Capítulo 8: Conclusiones finales.....253

Capítulo 9: Bibliografía.....259

Capítulo 10: Anexos.....271

Resumen en italiano.....431



Capítulo 1: Introducción

La enseñanza de las lenguas “modernas” ha experimentado grandes cambios sobre todo a partir de finales de los sesenta, en parte debido a las críticas del gran lingüista americano Noam Chomsky que rechaza la teoría lingüística estructural y a la aportación de Wilkins, en 1972, que propuso una definición funcional o comunicativa de la lengua que serviría como base para desarrollar programas comunicativos en la enseñanza de idiomas. También fueron fundamentales las aportaciones posteriores de varios lingüistas, como Widdowson, Hymes y Halliday entre otros, que dieron importantes contribuciones a este nuevo método de enseñanza de la lengua. Pero, pese a contribuir todos ellos a presentar la lengua en un contexto social, no tuvieron presente el componente sociocultural de la lengua. Será necesario esperar a la década de los ochenta para que la didáctica de las lenguas extranjeras manifieste la exigencia de enseñar cultura en el contexto social en el que está inmerso el alumno. De hecho, cada vez más manuales de ELE¹ colocan contenidos culturales dentro de las unidades porque se cree que es necesario, a la vez que se enseña la lengua ir introduciendo algunos aspectos de la cultura meta C2², en los que se mezcla la llamada cultura con mayúsculas, es decir la literatura, el arte, etc. con la cultura popular o lo que se suele denominar usos y costumbres.

Cultura³ y lengua van de la mano como dijo Gimeno Menéndez (1997:297) “el dominio de una lengua implica no sólo el conocimiento de las propiedades formales de la lengua como sistema, sino también un conocimiento del uso social de la lengua y de su funcionamiento en las situaciones comunicativas diarias”, y por supuesto esto hay que tenerlo presente también en el caso de las lenguas con fines específicos, como es la del turismo, de la que nos estamos ocupando, que es necesario aprenderla dentro de un contexto profesional, evitando los malentendidos que pueden ser considerados como falta de profesionalidad o incluso descortesía.

De aquí la necesidad de analizar los tipos de cultura⁴ presentes en los materiales del

¹ Utilizaremos la abreviatura ELE para referirnos a la enseñanza del español como lengua extranjera.

² Desde ahora en adelante utilizaremos la abreviatura C2 para aludir a la cultura meta.

³ En los próximos apartados nos ocuparemos de definir mayormente el concepto de cultura y los varios componentes relacionados con ella.

⁴ Como dice Sara Robles (2002:721) la clasificación de cultura con mayúsculas y cultura con minúsculas no es exhaustiva por lo que introduciremos otros dos tipos: la cultura en la lengua y la lengua en la cultura conceptos de los que nos ocuparemos más adelante.

español del turismo ET⁵ para poder cuestionarnos qué referentes culturales transmitimos a nuestros alumnos y si se pueden considerar apropiados y representativos de la realidad⁶ hispana, asimismo, comprobar el tipo de temas que se incluyen⁷ en cada uno de los textos y la orientación cultural que subyace en ellos, para comprobar si desarrollan la consciencia intercultural del discente, y promueven las competencias plurilingüe y pluricultural previstas en el MCER, que permiten aprender a partir de una experiencia plural a través de la relación con varias lenguas y culturas. Habilidades imprescindibles en una sociedad globalizada como la nuestra y en un sector internacional como el turismo.

1.1 Justificación de la investigación

El presente trabajo parte de una visión interdisciplinar de la lengua ya que tiene en cuenta las aportaciones de la Lingüística Aplicada, la Sociolingüística, la Etnografía de la comunicación y la didáctica de la lengua como LE⁸. Dentro de este marco teórico nos proponemos reflexionar sobre la competencia sociocultural, siguiendo las directrices del *Marco Común de Referencia para las lenguas (MCER)*⁹ (2002) y el *Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC)* (2006) para intentar averiguar las relaciones que subyacen entre lengua y cultura ciñéndonos al campo de estudio que nos ocupa, que es el ET. Además comprobaremos si el concepto de cultura, así como ha ocurrido en la enseñanza de ELE, gracias sobre todo a la aportación del enfoque comunicativo, ha supuesto un cambio significativo en la forma de abordarla, y deja de ser vista como mero accesorio o adorno como ocurría en los enfoques más tradicionales y estructuralistas.

⁵ Emplearemos la abreviatura ET para hacer mención a la lengua con fines específicos de español del turismo y MET a los materiales del español del turismo.

⁶ Creemos que es muy arduo y difícil describir la cultura de la lengua española, entre otras cosas porque se habla en veintidós países, además se puede prestar a subjetividad e interpretación debido a los estereotipos y prejuicios que no siempre son fáciles de evitar por lo que nos ocuparemos de ello con más detalle.

⁷ Es muy complejo decidir qué aspectos de la C2 debe conocer el aprendiz ya que no existe un listado de contenidos culturales establecidos para cada uno de los niveles del MCRE. Utilizaremos como referencia el Plan Curricular del Instituto Cervantes que si bien no aparecen directamente los aspectos culturales del ELE si están recogidos los temas relacionados con los mismos.

⁸ Desde ahora en adelante utilizaremos L2 para referirnos a la lengua extranjera.

⁹ Utilizaremos desde ahora en adelante las abreviaturas *MCER* para referirnos al *Marco común Europeo de Referencia para las lenguas* y *PCIC* para referirnos al *Plan Curricular del Instituto Cervantes*.

Teniendo presente que la competencia sociocultural hace referencia a la capacidad de una persona para utilizar una determinada lengua relacionando la actividad lingüística comunicativa con unos determinados marcos de conocimiento propios de una comunidad de habla; estos marcos pueden ser parcialmente diferentes de los de otras comunidades¹⁰, por ello creemos que es fundamental que nuestros estudiantes los conozcan y que estén presentes en los materiales, concretamente en los del ET que son nuestro objeto de estudio. Hemos elegido concretamente el ET ya que lo largo de los años nos hemos ocupado de la enseñanza del español con fines específicos concretamente del ET a itálofonos en el ámbito universitario, lo que nos ha llevado a observar que en los materiales presentes en el mercado no siempre la cultura ocupaba el peso que le correspondía. Aunque el español y el italiano son culturas afines y cercanas, eso no impide que tengan referentes culturales distintos y se puedan dar malos entendidos.

Desde el principio nos encontramos con algunas dificultades que nos han empujado a realizar el presente trabajo. La primera fue hallar material adecuado al grupo meta, alumnos universitarios que cursan el tercer año de Mediación Lingüística para las Empresas y el Turismo, que deben alcanzar un nivel C1 del *MCER*. Máxime tratándose de una microlengua como el ET con un mercado editorial reducido y con una actualización y renovación muy pausada, en el que las innovaciones didácticas llegan en grandes lapsos de tiempo. Además, a lo largo de estos años hemos observado que la incorporación del componente cultural que ha ido ganando cada vez más espacio en los materiales de ELE no se ha tenido presente de igual manera en los del ET

Por otro lado, el alumnado itálofono, por cercanía, tiende a pensar que la cultura hispana e italiana son afines, por lo que se trivializa más y se presta mayormente a malos entendidos culturales. De hecho, son muchos los estudiantes italianos que, cuando se aproximan al estudio del español, creen que este presenta un gran parecido con el italiano con algunas diferencias de pronunciación y ortografía. Asimismo, suelen llegar con estereotipos bastante definidos sobre los españoles, probablemente por razones de proximidad. Pero al final se acaban englobando tanto a españoles como a latinoamericanos bajo los mismos tópicos con ligeras diferencias.

¹⁰ *Diccionario de Términos Clave de ELE* (Instituto Cervantes)

Pese a que creemos que tanto españoles como italianos se admiran y respetan recíprocamente, no son exactamente iguales, ni poseen los mismos referentes culturales. Más aún tratándose de una lengua como el español que se habla en veintidós países y que tantas diferencias diatópicas presenta. Por esta razón creemos necesario evitar los estereotipos en los que con tanta facilidad se cae cuando se habla del mundo hispano en Italia, concretamente en los Materiales de Español del Turismo (en adelante MET), que es campo de estudio que nos ocupa.

Esta afinidad cultural y lingüística entre lenguas hermanas puede ser un estímulo inicial, pero se puede convertir, si no se es consciente de ello, en un obstáculo para que los alumnos adquieran la cultura extranjera (en adelante CE) y no la trivialicen. De ahí que a lo largo de todos estos años de docencia siempre nos hemos interrogado sobre los referentes culturales que deben conocer nuestros estudiantes, si estos están presentes y cómo son afrontados en los MET.

En la enseñanza-aprendizaje del español con fines específicos, concretamente en el ET, nos encontramos con los siguientes problemas:

1. No siempre los profesores que imparten los cursos de ET tienen clara la relación entre lengua y cultura (en todas sus acepciones que trataremos más adelante) y no saben cómo y cuándo tratarla. Con frecuencia se pone la atención sobre todo en la microlengua sin pararse a reflexionar sobre los referentes culturales que se transmiten.
2. Con los instrumentos que se tienen actualmente al alcance *MCER* y *PCIC*, si bien son de gran ayuda para el profesor, no siempre resulta fácil por su profusión, decidir los contenidos socioculturales esenciales que deberían estar presentes en los MET¹¹
3. La oferta editorial de los MET, aunque ha aumentado en los últimos años, no es muy amplia y no siempre dedica un espacio adecuado a los aspectos culturales de la lengua.

¹¹ Fundamentalmente porque en el *PCIC* aparece un amplio inventario que distingue entre referentes culturales y saberes y comportamientos socioculturales no siempre de fácil consulta. Y por el otro lado el *MCER* en el capítulo 4 en el apartado dedicado al “Uso de la lengua y el usuario o alumno” presenta un escueto listado de temas de comunicación que podría ser tomado como referentes culturales pero resulta excesivamente corto. Por ello creemos que sería útil diseñar una tabla de contenidos socioculturales que pueda ser usada como herramienta de trabajo tanto por el alumno como por el profesor.

4. La competencia cultural no se considera dentro de las competencias comunicativas de la lengua, sino dentro de las competencias generales y por ello no siempre se le presta la atención adecuada.
5. El alumnado italiano, por cuestiones de afinidad cultural, posee una serie de estereotipos de la cultura hispana que con frecuencia impiden un conocimiento profundo de la cultura meta.

Ante esta situación que acabamos de describir nos formulamos las siguientes preguntas:

1. ¿Los MET permiten desarrollar el conocimiento sociocultural previsto en el *MCER*?
2. ¿Cómo desarrollan los MET la competencia sociocultural de los alumnos? ¿Qué tipo de actividades proponen? y ¿qué tipo de objetivos se plantean?
3. ¿La selección de temas que hallamos en estos materiales corresponde con las directrices del *MCER* y tienen presente el *PCIC*?
4. ¿Qué opinan los profesores de la forma en la que se presenta la cultura y el espacio que a ella se dedica en los *MET*?
5. ¿Con qué problemas se enfrentan tanto los profesores como los alumnos cuando se abordan estos temas?

A lo largo del presente trabajo intentaremos responder a estas preguntas para justificar la necesidad de crear un repertorio de tareas necesarias que deben estar presentes en los MET para desarrollar un conocimiento sociocultural que tenga en cuenta el *MCER* y el *PCIC*, y que pueda ser una herramienta útil a la hora de trabajar con los materiales de turismo, tanto para el profesorado como para los alumnos que cursan este tipo de estudios.

1.2 Objetivos

Los objetivos que nos hemos planteado y que nos proponemos cumplir son los siguientes:

1. Analizar los MET publicados tanto en España como en Italia desde 1994 hasta 2012.

2. Elaborar una ficha que sirva como modelo para analizar los contenidos culturales presentes en estos manuales.
3. Conocer las opiniones tanto de los profesores que imparten clases como de los alumnos que aprenden ET sobre la competencia cultural y sociocultural, y su presencia en el aula.
4. Preparar un cuestionario para conocer el estado de la enseñanza-aprendizaje de la competencia sociocultural en cursos de español para fines específicos, concretamente el ET, tanto en España como en Italia.
5. Hacer una propuesta didáctica del ET en la que se tenga presente la competencia sociocultural, intercultural y pluricultural según las directrices de *MCER* y el *PCIC* dirigida a alumnos italófonos adultos que estudian en un contexto universitario.
6. Intentar crear una metodología de trabajo que permita una mayor integración entre la enseñanza del ET y el componente cultural en todas sus acepciones (sociocultural, intercultural y pluricultural).

1.3 Metodología

Los métodos de investigación en educación se dividen principalmente en cualitativos y cuantitativos, basados en el subjetivismo y el objetivismo respectivamente.

En la concepción cuantitativa el objetivo de la investigación consiste en determinar relaciones causales que supongan una explicación del fenómeno, en cambio, en el enfoque cualitativo lo que cuenta es la interpretación. De ahí que ambas concepciones conduzcan a metodologías completamente distintas. En la primera lo que se intenta es formular principios generales. La segunda hace hincapié en lo individual. Pero a pesar de representar tipologías diferentes no son por ello irreconciliables. De hecho Weber (1990:12) ya hizo un intento integrador proponiendo una explicación comprensiva y una comprensión explicativa. Por lo que creemos que ambas deben de tenerse en consideración en el presente trabajo.

Hemos pensado aplicar fundamentalmente una metodología cualitativa, que busca una perspectiva holística del objeto de estudio, que consideramos más adecuada al tema que

nos ocupa como es el componente cultural de la lengua, con tantas implicaciones y de tanta complejidad. Pero todo ello sin renunciar al estudio cuantitativo de los datos recogidos a través del análisis estadístico de los materiales y las encuestas para, de esta manera tener una visión lo más científica y objetiva posible de nuestro objeto de estudio. En concreto, emplearemos la investigación-acción dirigida a resolver un problema real sin ánimo de generalizaciones.

Este método no posee una metodología propia; ya que utiliza técnicas que pueden ser cuantitativas y cualitativas (Bisquerra, 2000:283). Aunque en la actualidad predomina la cualitativa, lo que le da gran flexibilidad al proceso metodológico y permite centrarse mayormente en el problema concreto.

La investigación-acción en general sigue un modelo inductivo muy parecido al método etnográfico, pero supera lo meramente descriptivo para intentar mejorar la realidad. Las técnicas que utiliza son: entrevistas, estudio de casos, registros anecdóticos, anotaciones de campo, diarios, tarjetas, cuestionarios, grabaciones, tests, etc. Según Bisquerra (2000), la *encuesta feedback* es la técnica propia de la investigación-acción. Se desarrolla en dos fases. En la primera se intenta hacer un diagnóstico del problema a partir de una encuesta auto-administrada; en la segunda, los resultados de la encuesta se suministran al grupo organizador; y finalmente, el diagnóstico se restituye a través de un informe, que sirve para sensibilizar sobre el problema y proponer posibles soluciones. A partir de aquí se fijan los objetivos y se prepara un plan de acción para cambiar/resolver el problema.

Pese a que se puede presentar de formas distintas, un trabajo de investigación-acción suele tener dos etapas principalmente (Bisquerra, 2000:284): diagnóstico y tratamiento, que se pueden dividir en las siguientes fases:

1. Planteamiento del problema: se identifica un problema concreto dentro de una clase o en un ámbito específico.
2. Organización: discusión y negociación entre las partes implicadas para llegar a una propuesta inicial.
3. Revisión de la literatura.
4. Modelo: se construye un modelo que represente el sistema estudiado.
5. Formulación de hipótesis: deben ser estrategias dirigidas a la acción que contribuyan a resolver el problema.

6. Procedimiento: muestras, materiales, recursos, etc.
7. Comprobación del modelo: se prueba que el modelo funcione y las posibles soluciones derivadas.
8. Evaluación continua: es necesario un *feedback* permanente para que se puedan ajustar los procedimientos.
9. Realización del proyecto.
10. Interpretación de los datos.
11. Conclusiones
12. Aplicación de los hallazgos

Es necesario aclarar que todas estas fases se dan dentro de un proceso recurrente en ambas direcciones, por lo que los pasos que acabamos de enumerar han de entenderse de manera global y no necesariamente en orden riguroso.

1.4 Estructura del trabajo de investigación

Lo que pretendemos con el presente trabajo es, partiendo de la creencia que lengua y cultura son dos conceptos indisolubles y necesarios para aprender una lengua (también en el caso de lenguas con fines específicos como es el ET), reflexionar sobre el concepto de cultura, en todas sus variantes, en los MET para poder establecer qué tipo de aspectos culturales están presentes en este tipo de materiales, y si son o no adecuados a las corrientes didácticas imperantes.

En el primer capítulo justificamos nuestro trabajo de investigación, nos planteamos los objetivos que pretendemos alcanzar con ella, además de la exponer la metodología que se va a emplear, así como la estructura que va a tener el presente trabajo.

En el segundo capítulo vamos a reflexionar sobre el concepto de cultura, andamiaje sobre el que se vertebra nuestro trabajo; desde una vertiente histórica, para acto seguido intentar clasificarla en el ámbito de la lingüística aplicada, que es el campo de estudio que nos interesa. Asimismo, nos ocuparemos de definir y delimitar las competencias o subcompetencias relacionadas con ella, como son la competencia sociolingüística, sociocultural, intercultural y pluricultural según las directrices del *MCER*, el *PCIC* y la bibliografía existente sobre el tema.

En el tercer capítulo haremos una breve historia de los enfoques y métodos más utilizados en la enseñanza de idiomas, centrándonos claramente en el ELE, para que nos ayude a entender mejor y a justificar el análisis de los materiales.

En el cuarto capítulo nos ocuparemos de la enseñanza con fines específicos, analizando sus características y aportaciones a la enseñanza generalista de la lengua, para después centrarnos en la didáctica del español del turismo que es el tema central de nuestro trabajo.

En el quinto capítulo, teniendo en cuenta las directrices del *MCER* y del *PCIC*, intentaremos definir los contenidos culturales que creemos que han de estar presentes en los MET, y a partir de un corpus de datos nos ocuparemos del análisis de los MET publicados hasta el momento (2014) tanto en España como en Italia, para comprobar el tipo de cultura que subyace en ellos, cómo se presenta y a través de qué tipo de actividades se trabaja. Además, se justifica el contenido y formato de la ficha de análisis que será una herramienta útil para poder realizar un estudio detallado del corpus de los MET publicados tanto en España como en Italia.

En el sexto, se ofrece un análisis pormenorizado de los aspectos culturales presentes en ellos, desde el punto de vista del personal docente empleando varias metodologías de análisis. Por un lado el cuantitativo, que se empleará en la ficha (recuento de los contenidos y modelos culturales presentes en los materiales, y tipos de actividades), y cualitativo en la interpretación de los datos obtenidos y en el análisis de las encuestas realizadas a los profesores.

En el séptimo, se presenta una propuesta didáctica del ET siguiendo el método de la investigación-acción como hemos anunciado anteriormente. O sea, tras haber individuado el problema a través de las encuestas y el análisis de los materiales existentes y tras haber revisado la bibliografía existente, se propone una hipótesis de unidad didáctica que tenga en cuenta la competencia cultural de la lengua en sus varias acepciones, donde se planteen actividades para su desarrollo y que resulte más acorde con las necesidades de los aprendices.

En el octavo, se exponen las conclusiones a las que hemos llegado tras el análisis de los materiales y los resultados obtenidos a través de las herramientas empleadas a lo largo de la investigación. Para poder pasar como prevé el método elegido, la investigación-acción, a una propuesta práctica que pueda servir de ayuda a los profesores que trabajen en este sector.

Por último, el trabajo comprende una bibliografía, en el capítulo noveno, para todos aquellos que quieran profundizar en el tema de los aspectos culturales de la lengua en el ET, del que nos hemos ocupado. Y en el décimo se adjuntan una serie de materiales variados en el anexo, como pueden ser el modelo de encuesta, la ficha empleada para analizar el corpus de materiales y una unidad de cada uno de los materiales analizados.

Capítulo 2: El concepto de cultura. Diferencias y delimitaciones

Resulta difícil definir un concepto tan complejo y amplio como el de cultura, que tantos investigadores han tratado de acotar a lo largo del tiempo desde campos como el de las ciencias humanas o sociales, por lo que intentaremos recoger las definiciones que consideramos más representativas para nuestro objeto de estudio, siguiendo una especie de línea del tiempo.

El término cultura no ha sido entendido de la misma manera a lo largo de la historia. Su significado ha ido transformándose o más bien amoldándose a la mentalidad de la época a través de los siglos. El origen de la palabra cultura en español, proviene del latín; estaba relacionado con el cultivo de la tierra pero durante el Medievo tuvo también un significado relacionado con la vida eterna. Y por extensión se pasó al cultivo de las artes literales como la gramática, la retórica, la dialéctica, la astronomía y las matemáticas. Pero en esta época eran muy pocos los que tenían acceso a ella. Pese a esto se fundaron las primeras universidades que contribuyeron a crear las bases de la modernidad.

Sería más tarde, con la llegada de la Ilustración, en el siglo XVIII cuando se comenzará a emplear en un sentido más parecido al actual, con un significado relacionado con el gusto por el conocimiento o la sabiduría al que solo tenían acceso las clases altas.

A partir del siglo XIX, además de seguir relacionándose con el trozo de tierra de cultivo, se comienza a asociar a la idea de progreso y civilización, de forma que ambos términos se convierten en palabras estrechamente vinculadas, por lo que una persona culta era considerada civilizada y viceversa. Y comienza a su vez a tomar un cariz de identidad (*volkgeist*), sobre todo para algunos humanistas alemanes que entienden la cultura como un quehacer del pueblo basado en valores y tradiciones heredados del pasado, en línea con el surgimiento de los movimientos nacionalistas (Couche, 2004: 9-18).

Aunque será en el siglo XX cuando se acuñará un concepto de cultura mucho más completo y rico de matices, sobre todo gracias a las aportaciones de la antropología y la sociología. Sería excesivamente largo y tedioso ocuparse del sinfín de antropólogos, sociólogos y sociolingüistas que se han ocupado del tema, por lo que citaremos aquellos que consideramos más útiles para nuestra investigación.

Partiremos de una definición ampliamente compartida por una buena parte de los antropólogos entre finales del siglo XIX y principios del XX. Es la de E.B. Tylor¹² que define la cultura como “... aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y, cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”.¹³ Esta definición de Taylor presupone que los pueblos tienen una cultura común y general, y aquellos pueblos con una tecnología más rudimentaria y sistemas políticos más simples se consideraban que pertenecían a un estado inferior del conocimiento. Este concepto estaría en línea del término alemán *Kultur*, que distinguía las clases educadas, de los campesinos humildes y sin instrucción. El concepto *Kultur* consideraba que el conocimiento se pasaba de generación en generación y era acumulativo, medía el grado de desarrollo de la sociedad, a más *kultur* más civilizados se consideraban.

Pero sería Franz Boas¹⁴, a finales del siglo XIX, quien comienza a utilizar la palabra “cultura” como un conjunto diferenciado de costumbres, creencias e instituciones que parecen caracterizar a cada sociedad aislada (Stocking, 1966). Este autor, en vez de considerar que las sociedades tienen un grado más o menos elevado de cultura, como se había creído hasta entonces, piensa que cada sociedad tiene su propia cultura, por lo que se comienza a hablar de varios tipos de esta.

Asimismo consideramos fundamental la aportación de Edward Sapir¹⁵, que fue uno de los primeros en romper la tradición del estudio diacrónico de las lenguas como se venía haciendo generalmente en la lingüística europea. Concretamente se ocupó de las lenguas indoamericanas, de gran diversidad estructural, de tradición oral y cuya historia era desconocida. Esto le condujo a establecer relaciones entre las particularidades lingüísticas y las particularidades culturales, lo que le llevó a afirmar que se habla porque se vive en sociedad, considerando el lenguaje como un hecho cultural a diferencia de andar que es innato.

Consideramos esta teoría importante para nuestra investigación y para la enseñanza de ELE puesto que podemos afirmar que, según Sapir, no se puede enseñar una lengua sin

¹² Edward Burnett Tylor influyente antropólogo inglés (1832-1917).

¹³ Citado por Leslie A. White (1959:129)

¹⁴ Antropólogo de origen alemán (1858-1942), representante del particularismo histórico.

¹⁵ Edward Sapir (1884-1939) antropólogo y lingüista americano de origen alemán. Fue uno de los representantes del descriptivismo americano. Su trabajo titulado “El lenguaje” es considerado uno de los tratados de lingüística más importantes de la primera mitad del siglo XX.

trasmitir unos valores y creencias compartidos. Asimismo, se establece por primera vez un vínculo indisoluble entre lengua y cultura (Sapir 1966:10).

Muy reveladora es la concepción de cultura de Harris (2007:9) que la define como el modo socialmente aprendido de vida que se encuentra en las sociedades humanas y abarca todos los aspectos de la vida social, incluidos el pensamiento y el comportamiento. Demarcándose de los ideacionistas que ven la cultura constituida solo por ideas, para él es fundamental considerar la cultura como un todo formado por ideas y comportamiento social que tienen una relación asimétrica, ya que para este autor no son las ideas o pautas socialmente aprendidas las que siempre guían el comportamiento, puesto que en algunos casos se dan comportamientos que contradicen la información cultural atesorada por el individuo.

Las aportaciones de Harris las consideramos de particular interés para la enseñanza de ELE y concretamente para nuestro estudio puesto que podemos concluir, que para enseñar una lengua es necesario no solo enseñar el conjunto de ideas, valores, etc. que comparte una determinada sociedad, sino también debemos ocuparnos en nuestras clases de cómo se comporta dicha sociedad, lo que nos lleva a tener en cuenta el lenguaje del cuerpo: la cinésica¹⁶ y la prosémica¹⁷, además del tacto, el gusto y el olfato entre otros tantos temas, temas de los ocuparemos más adelante siguiendo los estudios sobre comunicación no verbal de Poyatos (1994). Asimismo, encontramos una estrecha relación entre las teorías de Harris y la Pragmática¹⁸, que se ocupa del estudio de la lengua en contexto, así como de los aspectos extralingüísticos – la vida lingüística está codificada por normas sociales que nos indican cómo comportarnos adecuadamente en grupo¹⁹–.

Alessandro Durante (2004) comparte con los autores precedentes el concepto de cultura como algo socialmente aprendido a través fundamentalmente del lenguaje; definiendo este como una práctica cultural, como una especie de *tótum revolútum* en el que es

¹⁶ La cinésica es la disciplina que estudia la gestualidad.

¹⁷ La prosémica estudia las distancias en la comunicación interpersonal, como puede ser el uso del espacio de los lugares públicos o el uso del espacio en el hogar.

¹⁸ Se entiende por Pragmática la disciplina cuyo objeto de estudio es el uso del lenguaje en función de la relación que se establece entre enunciado-contexto-interlocutores. Dicho de otro modo, la pragmática se interesa por analizar cómo los hablantes producen e interpretan enunciados en contexto; de ahí que tome en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical, tales como los interlocutores, la intención comunicativa, el contexto o el conocimiento del mundo. (*Diccionario de Términos Clave de ELE*)

¹⁹ Reyes (2002:21)

difícil desligar la cultura del lenguaje, considera que sin el lenguaje no se podría entender ni clasificar la cultura, “los lenguajes sirven para categorizar el mundo natural y cultural” (2000:50). Igualmente, dicho autor, citando a Hegel, presenta la cultura como la posibilidad de salir de nuestra visión limitada de las cosas y tomar el punto de vista del otro, que se enlaza con la competencia sociocultural e intercultural, los llamados *saberes* que se engloban dentro de las competencias generales de la lengua, de las que nos ocuparemos en breve.

Poyatos (1994,1:15) va más allá y la define como una “serie de hábitos compartidos por los miembros de un grupo que viven en un espacio geográfico, aprendidos pero condicionados biológicamente, tales como los medios de comunicación (de los cuales el lenguaje es la base).

Rodrigo Alsina (1999: 17), en cambio, la presenta desde una concepción interaccionista. Para este autor la cultura se construye por la interacción de los seres humanos, de ahí que siempre esté en proceso de construcción y debe su existencia y su permanencia a la comunicación. Por lo que podemos deducir que cultura y lengua están íntimamente unidas; como dice el mismo Poyatos (1994 ,1:25)) la cultura es inconcebible sin los intercambios comunicativos personales, aunque por lo que se refiere a la enseñanza de ELE, se suele observar una errónea tendencia a desligar ambos conceptos e incluso a presentarlos como compartimentos estancos. Cómo dicen Lourdes Miquel y Neus Sans (1992:1), a pesar de que se consideren ambas realidades indisociables, en la práctica didáctica se da una suerte de jerarquización de las dos materias en la que la lengua se presenta como un pariente pobre a través de la cual se puede acceder a algo legítimo y sacralizado: la cultura.

Consideramos también fundamental para nuestro trabajo la contribución de Byram (1998:10), que se ha ocupado de la dimensión cultural del aprendizaje de idiomas, partiendo de las tradiciones alemanas (*landeskunde*) y francesas (*civilisation*), que no tuvieron éxito por limitar la enseñanza de la lengua a la gramática y presentar la cultura como un simple telón de fondo. Dicho autor muestra la etnografía como método asequible para la comprensión de entornos e idiomas en contexto. Afirma que para conseguir una comunicación eficaz es necesario que los participantes compartan el mismo significado referencial en las palabras empleadas. Aprender un idioma, por lo tanto, significa adquirir los significados, valores y prácticas compartidos por un grupo. En buena medida nos basaremos en este autor, empleándolo como modelo de estudio en

nuestro trabajo para encaminar nuestra investigación en el análisis de los MET y fundamentalmente en la propuesta didáctica que presentaremos al final de la investigación.

Para completar este marco teórico, en último lugar quisiéramos destacar las aportaciones de Kramersch (2010:180-182) en el ámbito de la enseñanza que va más allá del concepto acuñado hasta entonces, que considera indispensable para aprender una lengua conocer su cultura.

Se plantea algunos problemas que creemos fundamentales como es el concepto de autenticidad. Ya no es suficiente usar en el aula material real sino que para que un texto sea “auténtico” es necesario que se emplee de la misma manera que lo haría un hablante nativo. Asimismo, se plantea cuál es la cultura representativa que se debe enseñar, teniendo cuidado con no caer en opiniones partidistas del autor, cuestión que consideramos primordial y que volveremos a cuestionarnos más adelante para evitar caer en estereotipos y clichés preestablecidos.

Zárate (2002:14) advierte que la relación entre lengua y cultura se puede construir a través de un modelo que dé prioridad a la cultura o culturas maternas o mediante un modelo más complejo basado en las relaciones entre las distintas lenguas que el alumno está aprendiendo o conoce. Lo que nos conduce a las competencias intercultural y pluricultural, que creemos que hemos que tener presente en una sociedad como la nuestra, cada vez más global e intercomunicada.

Por último, quisiéramos citar a Geertz (2005:55) que concibe la cultura como parte integrante del hombre, “sin hombres no hay cultura [...], pero igualmente, y esto es más significativo, sin cultura no hay hombres”. Además enlaza esta con la capacidad que tiene el hombre de aprender: adquisición de conceptos, la aprehensión y aplicación de sistemas específicos de significación simbólica. Nosotros iríamos más lejos y parafraseando Geertz nos atrevemos a decir que sin cultura no hay lengua, ya que en los actos de habla subyacen formas de cultura que debemos enseñar a nuestros alumnos a descubrir y saber interpretar.

2.1. Tipos de cultura

Como hemos visto en el apartado anterior el término cultura es un concepto tan extenso y tan complejo de definir que resulta igualmente complicada su clasificación. Además, para tener en cuenta el componente sociocultural, es necesaria una visión de la cultura complemente distinta de la que se presentaba en los manuales estructuralistas que mostraban lo que consideraban la cultura con mayúsculas (Miquel y Sans, 1992:16) y no como una visión del mundo adquirida en parte junto con la lengua, que determina las creencias, presuposiciones y comportamientos lingüísticos y no lingüísticos de los hablantes. De este modo, creemos oportuno antes de avanzar revisar algunas definiciones de cultura desde un punto de vista antropológico o etnográfico, más apropiado a nuestro objeto de estudio. Todas ellas coinciden en los siguientes puntos (Miquel 2004:515):

1. La cultura es un sistema integrado en el que cada elemento está relacionado con los demás, creando un todo (Miquel, 1999:39-42).
2. La cultura es un código simbólico, que acorta las distancias entre los miembros del grupo y facilita la comunicación.
3. La cultura es arbitraria (Miquel, 1997:3) igual que la lengua, resultado de una convención.
4. La cultura es compartida por los miembros de su comunidad. No hay cultura si sus miembros no comparten los mismos patrones de comportamiento.
5. La cultura se aprende –o mejor, se adquiere– con el aprendizaje de la lengua y más allá del mismo, hasta que termina el proceso de socialización. La cultura se reproduce entre sus propios miembros.
6. La cultura es taxonómica y todos sus miembros comparten las mismas categorías, que les sirven como guía de funcionamiento dentro de su grupo.
7. La cultura se manifiesta en distintos niveles de conocimiento, explícitos e implícitos, y por esa razón resulta tan difícilmente detectable en muchas ocasiones.
8. La cultura tiene una gran capacidad de adaptabilidad – igual que la lengua-. La evolución de los patrones culturales es tan lenta como la lengua.

Tras tener en cuenta los factores que acabamos de enumerar comenzaremos por la clasificación de Miquel y Sans ya que se pueden considerar las pioneras en introducir el componente cultural en la didáctica de ELE. De hecho, en un artículo publicado en 1992 cuestionaban que las pautas de cada cultura sean universales, como había dicho mucho antes Boas (1964:18.). Para estas autoras “lo cultural incluye una serie de fenómenos variopintos clasificables” (1992:5.) de la siguiente manera:

- “Cultura a secas”, que comprende lo implícito, aquello que los individuos absritos a una lengua y cultura comparten y dan por sobreentendido, y que permite actuar adecuadamente dentro de una comunidad de hablantes.
- “Cultura con mayúsculas” corresponde con el concepto más clásico y tradicional, una cultura más humanista en el que se relacionaba la cultura con la sabiduría. Es decir, abarcaría el conocimiento de la literatura, arte, historia, etc. de un pueblo.
- “Kultura con K” que se refiere a los “dialectos kulturales” o la formas de hablar según los distintos argots juveniles, o pertenecientes a una determinada clase social; que no son compartidos por todos los hablantes. Se trata de lenguajes que están de moda durante un determinado periodo de tiempo.

Aunque años más tarde Lourdes Miquel (2004: 515-518) completaría y de alguna forma aclararía este primer intento de clasificación de cultura. Para ello utiliza el símil de un tronco de árbol. Para dicha autora la parte central que lo nutre estaría relacionada con la lengua, a lo que antes nos referíamos como *cultura con minúscula* que forma parte del componente sociocultural y que llama *cultura esencial*, en la que se debe basar la enseñanza-aprendizaje de una lengua y de la que forman parte la reglas sobre cómo debemos actuar, los juicios, los saberes, las reglas de lo que se puede o no decir compartidos por toda la comunidad de hablantes, por lo que ha de ser parte integrante de nuestra actividad didáctica y permitirá al alumno comprender mejor la cultura meta e evitar los clichés establecidos y los choques culturales.

Más alejado del centro está el anillo de la *cultura legitimada*- denominada anteriormente como cultura con mayúscula- que está más sujeta al tiempo y depende de cánones imperantes, de ahí que sea menos compartida por los hablantes. La enseñanza-aprendizaje de la misma estará sujeta a las necesidades y al nivel del alumnado, además no hay que olvidar que podría ser conocida por los estudiantes independientemente del

conocimiento lingüístico que posean. En el caso que nos ocupa, el ET, podría ser necesaria su presencia, por lo que deberemos reflexionar sobre qué productos de la misma han de estar presentes en los MET sobre todo por lo que se refiere al arte y la arquitectura, como veremos más adelante cuando abordemos la cuestión en profundidad.

Por último está la *cultura epidérmica* (2004:517) que está relacionada con los usos y costumbres diferentes del estándar cultural, que no son compartidos por todos los hablantes, por lo que su presencia es secundaria y dependerá de las necesidades de nuestros estudiantes. En el caso del español, dada su gran variedad, es muy difícil que nuestros alumnos puedan conocer la forma de actuar o la idiosincrasia de cada una de las regiones/zonas donde se habla, por lo que nuestra tarea será más de sensibilización y nos ocuparemos de ella solo en casos muy concretos, siempre que la programación lo requiera.

Otra clasificación de cultura, desde una visión estrictamente académica de la enseñanza de español con fines específicos, es la que propone Romero Gualda (1999:604) que distingue la *cultura elevada* (literatura, arte, historia, etc) de *la popular* (como puede ser “el ocio de los españoles” o el “consumo cultural”). Ambas, dice, deben estar presentes en los programas de lenguas pero sin que la segunda se supedita a la primera. Además apunta la necesidad de ocuparse del estudio de los *usos culturales de la lengua* –y citando a Esteves (1998:202)–, dimensión realmente rica, que comprende un uso de la misma que tiene una dimensión pragmalingüística como puede ser el uso de la forma de cortesía, los pronombres reflexivos de interés (dativo ético o simpatético), plurales inclusivos o de modestia, etc.

Por último quisiéramos destacar la aportación de Sara Robles (2002:721.), que considera necesario tener en cuenta dos nuevos tipos de conceptos para una clasificación más exhaustiva del término cultura como son: *la cultura en la lengua* y *la lengua en la cultura*.

Resumiendo a Robles (2002), el concepto de *cultura en la lengua* está relacionado con el concepto de Romero Gualda de lo que llama *usos culturales de la lengua* y que está enlazado con el uso de determinadas estructuras lingüísticas como son las fórmulas de tratamiento, el plural de cortesía, etc. En cambio, el concepto de *lengua en la cultura* lo relaciona con la cultura con minúsculas y con la cultura con mayúsculas, o sea que tiene que ver con estructuras lingüísticas y con el léxico vinculado a determinadas

actuaciones y situaciones culturales de comunicación, como pueden ser las frases hechas, modismos, refranes, etc. Mejor dicho, los elementos lingüísticos que se usan en una determinada situación comunicativa desarrollada en el seno de una cultura o al hablar de la cultura tradicional o de la cultura con mayúsculas.

Aunque es cierto que cuando se enseña una lengua no se pueden presentar desligados los contenidos culturales de los lingüísticos sino que es necesario partir de una visión integradora en la que ambos estén presentes, creemos que es necesario contar con herramientas fundamentales, hoy en día, como son por un lado el *MCER*, en el que se describe lo que han de aprender a hacer los estudiantes de lenguas para utilizarla de manera comunicativa, así como los conocimientos y destrezas que tienen que desarrollar para poder actuar de forma eficaz. Igualmente, incluye el contexto cultural, puesto que no se puede producir una buena comunicación sin que se comprenda lo que se denomina el conocimiento del mundo, fruto de la experiencia, educación, etc., y que no puede ser considerado universal. También el *MCER* estima fundamental el conocimiento factual relativo al país o países en que se habla el idioma, como son sus características geográficas, medioambientales, demográficas, económicas y políticas; las clases de entidades y sus propiedades y relaciones. Y ello además del conocimiento sociocultural, o sea el conocimiento de la sociedad y de la cultura de la comunidad en la que se habla el idioma, que lo considera un aspecto del conocimiento del mundo que el alumno no necesariamente conoce y, además, se puede prestar con frecuencia a convertirse en un estereotipo.

Por otro, el *PCIC* propone un repertorio de contenidos entre los que tiene cabida un inventario de Referentes Culturales, junto con los Saberes y Comportamientos Socioculturales y Habilidades y Actitudes interculturales. Como se dice en el propio *PCIC* (2007)²⁰ la presencia de la dimensión cultural responde al interés por dar a conocer los rasgos característicos de las culturas que conviven en España e Hispanoamérica, sin querer ser exhaustivo por la falta de fuentes documentales que proporcionen criterios útiles para seleccionar los contenidos y la secuenciación, de ahí la nomenclatura de referentes culturales, ya que lo que se intenta es dar una visión general de los referentes que han pasado a formar parte del acervo cultural.

²⁰ Hemos consultado la versión en línea del *PCIC* que se encuentra en la biblioteca del CVC.

Cuando nos ocupemos del análisis de los contenidos culturales presentes en los materiales de nuestro corpus, en el tercer capítulo, emplearemos tanto el *MCER* como el *PCIC* como documentos de referencia. Pero antes de ello creemos oportuno plantearnos algunas cuestiones como qué sabemos de nuestro propio componente cultural y cuáles son los ingredientes que lo componen.

Es difícil ver la propia cultura con los ojos de un extranjero y ser capaces de darnos cuenta que la forma de clasificar y de comportarnos depende del entorno cultural, por lo que se tiende a universalizar comportamientos propios y a considerar anómalos los que no se corresponden con los nuestros. Esto ocurre porque el componente sociocultural está muy interiorizado en el individuo. Pero no hay que olvidar que así como ningún hablante conoce toda la lengua tampoco puede representar toda la cultura sino una parte de ella (que será una especie de amalgama entre la cultura esencial y la propia). Por lo tanto, una cuestión importante para analizar el componente sociocultural es, por un lado, marcar distancia y verlo con ojos ajenos para evitar que se den situaciones de inadecuación comunicativa, y, por otro, intentar discernir cuáles son los ingredientes que forman parte de los elementos culturales. Resumiendo a Miquel (2004:518-523) se consideran como unidades de análisis de las diferentes culturas los símbolos, las creencias, los modos de clasificación, las presuposiciones y las actuaciones, presentes en la interacción comunicativa.

Los símbolos resultan incomprensibles a los miembros de otras culturas puesto que no se pueden descodificar, pero su información es relevante en la actuación lingüística, lo que puede llevar si no se tienen en cuenta a inadecuaciones. Ejemplos de símbolos pueden ser el llevar una alianza en la mano izquierda o derecha, vestir de negro en un funeral, llevar una cruz al cuello, etc. Por lo que será necesario tenerlos presentes a la hora de abordar los contenidos culturales durante nuestra tarea docente.

Las creencias, en cambio, son consideradas por los miembros de una cultura como verdades absolutas e incuestionables. De ellas forman parte los remedios, las supersticiones, y las ideas/concepciones difundidas, más o menos interiorizadas que afectan a la interacción comunicativa. Dentro del repertorio español se pueden citar el uso de la manzanilla para problemas digestivos o la tila para calmar los nervios; tratar con familiaridad a un desconocido es positivo, es difícil despedirse, etc. Más adelante, cuando nos ocupemos del análisis de los materiales comprobaremos si se han tenido presentes las creencias o no y de qué manera ha sido abordada la cuestión en ellos.

Otro ingrediente del componente cultural, como hemos citado anteriormente, es la manera de clasificar, que cambia en cada cultura y que afecta a muchos fenómenos, como por ejemplo las cantidades que se consideran normales para vender/comprar ciertos alimentos, la información que aparece en el portero automático, etc. De ahí que sea relevante sensibilizar a nuestros alumnos para que descubran y comprendan las taxonomías presentes en la cultura meta.

Las actuaciones también están marcadas por pautas culturales que no son universales sino que son compartidas por los miembros del grupo y que, de ser inadecuadas, se pueden prestar a malentendidos. Un hablante debe conocer los gestos asociados a los saludos, mantener la distancia comunicativa, saber cuándo se puede hablar o callar, etc. De ahí que sea importante tenerlas en cuenta y que estén presentes en los MET

Las presuposiciones también forman parte del componente sociocultural, dominan los actos de habla, son pautas inconscientes, creadas y compartidas por los miembros de una determinada cultura, y cuyo cumplimiento es esperado por todos (Miquel, 2004:522). Son las más difíciles de detectar ya que están muy interiorizadas. Un ejemplo puede ser, por lo que al español peninsular se refiere, comportamientos como insistir si se rechaza un ofrecimiento, hablar para mostrar el interés por nuestro interlocutor, etc.

Todos estos elementos del componente sociocultural están interrelacionados entre sí formando microsistemas que constituyen el sistema cultural y que tiene su máxima expresión en la interacción comunicativa o acto de habla. Un ejemplo de acto de habla es *conceder permiso* del que se han ocupado detalladamente Miquel y Sans (2004:524) describiendo todos los elementos presentes en la concepción de permiso en una situación formal. Y tras su análisis han llegado a la conclusión que en español repetición e insistencia es igual a concesión de permiso. De ahí que debamos observar el componente sociocultural dentro del discurso, en actos de habla contextualizados y no en enunciados aislados carentes de sentido.

2.2 Las competencias generales: competencia sociolingüística, sociocultural, intercultural y pluricultural

Según el *MCER* (2002:99) todas las competencias humanas contribuyen en mayor o menor medida a la comunicación y se consideran aspectos de la competencia comunicativa, aunque por motivos obvios nos ocuparemos de las que están más relacionadas con la lengua y sobre todo intentaremos definir y acotar las que consideramos fundamentales para el presente trabajo, es decir las competencias relacionadas con la cultura: la competencia sociolingüística, sociocultural, intercultural y pluricultural.

Los alumnos tienen unas **competencias generales**, como se definen en el *MCER*, que están integradas por sus conocimientos, destrezas y competencia existencial, además de su capacidad de aprender. Los conocimientos o saberes son fruto de la experiencia y del aprendizaje formal (académico), lo que el *MCER* denomina **conocimiento declarativo (saber)**. De hecho distingue entre el conocimiento del mundo y el conocimiento sociocultural de la comunidad o comunidades que comprende lugares, instituciones y organizaciones, personas, objetos, acontecimientos, procesos e intervenciones en distintos ámbitos, además del conocimiento factual relativo al país o países en los que se habla el idioma.

De ahí que se haga hincapié en que es necesario que se comparta un conocimiento del mundo para poder comunicarse. Pero no es suficiente solo este, también es importante que el discente conozca y comparta los valores y creencias del grupo social de la lengua meta, así como las creencias religiosas, tabúes, historia, etc. algo primordial para la comunicación intercultural y para desarrollar una consciencia intercultural que permita ver cada comunidad desde fuera, desde el punto de vista del otro. Pero, como se dice en el mismo *MCER* (2002:11.), es algo subjetivo que varía de individuo en individuo y de cultura en cultura, y que se va añadiendo a lo que ya se sabe. De todas formas, creemos que el aprendizaje de idiomas contribuye a ampliar el conocimiento del mundo, y que la competencia comunicativa está íntimamente relacionada con dicho conocimiento. De hecho el conocimiento de la sociedad de origen y de la comunidad objeto de estudio, con sus diferencias y semejanzas, desarrolla la consciencia intercultural.

Asimismo forman parte de las competencias generales **las destrezas y habilidades** lo que se define como **saber hacer**, que está más relacionado con la capacidad de desarrollar procedimientos o habilidades prácticas. El *MCER* (2002:102) distingue dos tipos:

- Destrezas y habilidades prácticas:
 - Destrezas sociales (capacidad de actuar de acuerdo con los tipos de convenciones); o sea el saber comportarse de la forma esperada.
 - Destrezas de la vida: o sea la capacidad de llevar a cabo con eficacia las acciones rutinarias (ej. bañarse, vestirse, etc.);
 - Destrezas profesionales (capacidad de realizar acciones especializadas dentro del ámbito del trabajo.
 - Destrezas de ocio (capacidad de realizar con eficacia las acciones necesarias para las actividades de ocio (trabajos manuales, aficiones, etc.).
- Destrezas y habilidades interculturales: en las que se incluye la capacidad de relacionar entre sí la cultura de origen y la cultura meta; la sensibilidad cultural y la capacidad de identificar y utilizar una variedad de estrategias para establecer contacto con personas de otras culturas; la capacidad de cumplir el papel de intermediario cultural entre la propia cultura y la cultura meta, y saber interpretar los malentendidos interculturales y las situaciones conflictivas; además de la capacidad de superar relaciones estereotipadas.

El tercer tipo de saber que distingue el *MCER* es **la competencia “existencial” (saber ser)**. La competencia comunicativa de los alumnos no depende solo de su conocimiento del mundo, comprensión y destrezas sino además de factores individuales como pueden ser la actitud, los valores, las creencias, el estilo cognitivo, la personalidad e identidad personal, entre otras. Estos influyen no solo en la comunicación sino también en la capacidad de aprender. Creemos que es necesario reflexionar en mayor medida sobre la importancia de la competencia existencial, que puede contribuir al desarrollo de la consciencia intercultural, por lo que se ha de tener presente en nuestra labor docente.

Por último, **la capacidad de aprender (saber aprender)**. Es decir la capacidad de incorporar nuevos conocimientos a los ya existentes, modificando estos cuando sea necesario. Según el *MCER* (2002:104), la capacidad de aprender tiene varios

componentes como la reflexión sobre el sistema de la lengua y la comunicación, que ayuda a asimilar los nuevos conocimientos en un marco ordenado, las destrezas fonéticas generales que facilitarán la capacidad para pronunciar y comprender los sonidos de la nueva lengua, las destrezas de estudio y las destrezas de descubrimiento y análisis, como son entre otras muchas la capacidad de utilizar materiales disponibles para el aprendizaje independiente, la capacidad de aprender con eficacia (tanto desde el punto de vista lingüístico como sociocultural), la capacidad de organizar estrategias y procedimientos propios para conseguir fines de acuerdo con las características y los recursos que cada uno tiene; y por último las destrezas heurísticas (de descubrimiento y análisis) que consisten en la capacidad que tiene el alumno de adaptarse a la nueva lengua observando, captando la importancia de lo que se observa, infiriendo, etc.

De igual manera, consideramos oportuno recordar el concepto de competencia comunicativa de la lengua, puesto que basaremos nuestra propuesta didáctica en buena parte en el enfoque comunicativo. Primero, a modo de resumen ilustraremos cómo surge el concepto, presentaremos los modelos más significativos y que más se han tenido en cuenta en la bibliografía especializada, para pasar al concepto tal como se describe en el *MCER*. No obstante, nos detendremos en desarrollar especialmente las competencias culturales o sea: la competencia sociolingüística, sociocultural, intercultural e pluricultural, que consideramos fundamentales y que subyacen en el concepto de competencia lingüística tal como la concibió Hymes (1971:278), quien hace hincapié en las reglas de los actos de habla como factores que controlan la forma lingüística en su totalidad, es decir, el objetivo no es formular enunciados solo gramaticalmente correctos sino socioculturalmente adecuados y efectivos desde el punto de vista de la comunicación. También Lyons dice que “la habilidad de utilizar la lengua con corrección en una variedad de situaciones determinadas socialmente es una parte tan central de la competencia lingüística como la habilidad de producir oraciones gramaticalmente correctas” (1970:87).

La competencia comunicativa es un concepto fundamental en lingüística aplicada tanto en la enseñanza como en la adquisición de una lengua extranjera, cuyo origen procede de la gramática generativa aunque también ha recibido influencia de la antropología y de la sociolingüística, por lo que se puede decir que tiene un carácter interdisciplinar. La aportación de Chomsky (1965) es fundamental para el concepto de competencia comunicativa ya que por primera vez distingue entre competencia y actuación:

La teoría lingüística se centra principalmente en el hablante oyente ideal de una comunidad de habla completamente homogénea que conoce su lengua perfectamente y al que no le afectan condiciones irrelevantes a nivel gramatical como las limitaciones de memoria, las distracciones, los cambios de atención y de interés y los errores al aplicar su conocimiento de la lengua a la actuación real (Chomsky, 1965:3).

Por lo que podemos concluir que Chomsky está más interesado en el estudio de la competencia que en la actuación. Es decir, se basa en una teoría lingüística que se fundamenta en la gramática. Este concepto provocó numerosas críticas por parte de investigadores que no comulgaban con la visión de la gramática generativa como fueron Lyons, Campbell, Wales y Hymes, quienes discrepaban por no haberse tenido en cuenta un aspecto tan importante como es el uso de la lengua. Pero, según Llundá (2000:86) la definición de Chomsky representa el punto de partida de los enfoques posteriores y sirvió para que se aceptara el concepto de competencia comunicativa como concepto primordial en la adquisición y enseñanza de las lenguas.

De las críticas que recibió el concepto de competencia lingüística de Chomsky la más importante fue la de Hymes que cree que la competencia lingüística no es suficiente para dominar una lengua ya que es necesario tener en cuenta el contexto de uso:

Hay reglas de uso sin las cuales las reglas gramaticales serían inútiles. Del mismo modo que las reglas sintácticas pueden controlar aspectos de la fonología, y las reglas semánticas quizá controlan aspectos de la sintaxis, las reglas de los actos de habla actúan como factores que controlan la forma lingüística en su totalidad (Hymes, 1972:278).

Por primera vez Hymes propone un concepto de competencia comunicativa que tiene presente el uso, es decir el significado referencial y social del lenguaje. No solo tiene en cuenta si el enunciado es correcto o no desde el punto de vista gramatical sino si es apropiado o no al contexto. Este concepto es utilizado en lingüística y psicolingüística, sobre todo en la adquisición de la primera y segunda lengua, aunque son varios los investigadores que han aportado algunas observaciones y completado la definición de Hymes, como Gumperz (1972) que ve la competencia comunicativa como lo que necesita el hablante para comunicar en contextos que son significativos culturalmente, Saville-Troike (1989:21) considera que esta incluye aspectos de la comunicación como puede ser hablar con personas de distintos estatus, conocer rutinas en la alternancia de turnos u otros relacionados con el uso de la lengua en contextos sociales específicos.

Por lo que podemos concluir que la competencia comunicativa no es una extensión de la competencia lingüística sino que aporta una dimensión cualitativa y sobre todo social de la lengua y esto se enlaza con la dimensión cultural que consideramos fundamental en nuestra actividad didáctica y que debe de estar presente también en los materiales del ET

A continuación, presentamos cuatro modelos de competencia comunicativa que refleja el avance de la lingüística aplicada y las aportaciones de la Pragmática y el Análisis del Discurso.

El modelo de Canale y Swain (1980)

Canale y Swain consideran que la competencia comunicativa está compuesta por tres componentes:



La competencia gramatical comprende el conocimiento de los elementos léxicos y las reglas de morfología, sintaxis, semántica a nivel de gramática de la oración y fonología (Canale y Swain, 1980:29). Es decir se basa en el conocimiento y habilidad para comprender y expresar el significado literal de los enunciados.

La competencia sociolingüística posibilita el uso de la lengua teniendo presente las normas de uso y las normas de discurso necesarias para comprender los enunciados en su significado social.

La competencia estratégica formada por las estrategias verbales y no verbales empleadas para compensar las dificultades de la comunicación debido a una competencia insuficiente.

El modelo de Canale y Swain será revisado y cambiado en 1983 por Canale que definió el concepto de competencia sociolingüística y la diferenció de la discursiva.

Modelo de Bachman (1990)

Este modelo deriva del campo de evaluación de segundas lenguas y distingue dos competencias fundamentales: la competencia organizativa y la pragmática, como se puede ver en el esquema adjunto.



La competencia organizativa incluye habilidades relacionadas con la estructura formal de la lengua para producir o reconocer frases gramaticales correctas, incluyendo su contenido proposicional y ordenándolas para formar textos (Bachman, 1990:87). Pueden ser de dos tipos:

1. Competencia gramatical parecida a la descrita por Canale y Swain (1980).
2. Competencia textual que comprende el conocimiento de las convenciones para cohesionar enunciados de forma que formen un texto. Es decir, incluyen la cohesión y la organización retórica.

La competencia pragmática comprende dos componentes, la ilocutiva y la sociolingüística:

1. La competencia ilocutiva comprende el análisis de las circunstancias pragmáticas que indican si un enunciado es adecuado o no.
2. La competencia sociolingüística que hace referencia a las condiciones que determinan los enunciados que son apropiados en determinados contextos así como determinan el registro, la variedad dialectal y los referentes culturales.

Seis años más tarde, en 1996, Bachman y Palmer hicieron algunos cambios al modelo, concretamente en la competencia pragmática que la dividen en tres componentes: el conocimiento léxico, el conocimiento funcional y el conocimiento sociolingüístico. Además incluyen la competencia estratégica de la que describen sus mecanismos.

El modelo de Celce-Murcia, Dörnyei y Thurrell (1995)



Incluye las competencias discursiva, lingüística, accional, sociocultural y estratégica:

1. La competencia discursiva se refiere a la secuenciación, organización y selección de palabras, estructuras, frases y enunciados dentro de un texto tanto escrito como oral.
2. La competencia lingüística es igual a la competencia gramatical de Canale y Swain (1980). Emplea este término para incluir además de la gramática el léxico y la fonología.
3. La competencia accional (pragmática o ilocutiva), que es definida como *la habilidad para transmitir y entender el intento comunicativo al realizar e interpretar actos de habla y funciones lingüísticas* (Celce-Murcia, Dörnyei y Thurrell, 1995:17). Se parece al concepto de competencia ilocutiva de Bachman (1990).
4. La competencia sociocultural, que alude a los marcos de referencia que posee el hablante para poder adecuar los mensajes al contexto sociocultural de la comunicación. Similar a los conceptos aparecidos en los modelos anteriores.
5. La competencia estratégica que incluye estrategias de comunicación y compensación desde una perspectiva psicolingüística.

El modelo de Van Ek (1986)

Por último el modelo de Van Ek, (1986) que consideramos interesante para nuestro estudio ya que tiene presente tanto la competencia sociolingüística como la sociocultural, añadiendo una dimensión más social a la lengua.



El modelo de Van Ek amplía el esquema de Canale y Swain distinguiendo seis tipos de competencias: la competencia lingüística, discursiva, sociolingüística, estratégica, sociocultural y social. Por ello podemos deducir que para este autor es importante el aspecto social y sociocultural de la lengua y consideramos revelador y fundamental para nuestro estudio el hecho de que separe la competencia sociolingüística de la sociocultural a diferencia de lo que hacen la mayoría de los investigadores que las engloban, puesto que, como dice Guillén Diaz (2004: 838) “a todo hecho de lengua subyace un hecho de cultura y porque todo hecho de lengua se estructura en función de una dimensión social y cultural”.

Está claro que es una cuestión heurística el intentar separar las varias subcompetencias que comprenden la competencia comunicativa dado que, si analizamos cualquier acto de habla, sería difícil deslindarlas ya que están todas interrelacionadas. Pese a ello compartimos la opinión de Van Ek de separar la competencia sociolingüística de la sociocultural porque, si bien están relacionadas y podemos decir que se complementan, no son exactamente iguales, y creemos necesario que se tengan presentes ambas en la labor docente, como ilustraremos a continuación.

Por último, consideramos oportuno tener presente la definición de competencia comunicativa que aparece en el *MCER*, que considera que está compuesta por las competencias lingüísticas, sociolingüísticas y pragmáticas. Por lo que se refiere a la competencia lingüística es muy difícil de acotar puesto que las lenguas están en

continua evolución, de ahí que no exista hasta el momento un modelo universal que permita la descripción para todas las lenguas y más aún una lengua como el español hablada por más de 550 millones de personas²¹. Además, el modelo de descripción lingüística empleado para la enseñanza sigue siendo el que se usó para las lenguas clásicas ya muertas, bastante criticado por los lingüistas, pero hasta el momento ninguna de las propuestas presentadas ha conseguido una aceptación por parte de la mayoría de los expertos, por lo que se cree que no es posible un sistema universal para todas las lenguas y la alternativa que se propone es, por lo menos hasta el momento, codificar la práctica.

El enfoque adoptado en el *MCER* para describir los componentes lingüísticos son los recursos formales y la capacidad de utilizarlos, o sea la competencia léxica, gramatical, semántica, fonológica, ortográfica y ortoépica.

Una vez definida la competencia comunicativa, un concepto tan complejo y difícil de acotar, nos ocuparemos de las competencias culturales, que trataremos a continuación, para intentar aclarar la cuestión y poder así abordar de manera científica nuestro trabajo y fundamentar posteriormente nuestra propuesta didáctica.

2.2.1 La competencia sociolingüística

Como hemos dicho anteriormente, esta competencia forma parte de la competencia comunicativa y hace referencia a la capacidad de una persona para producir y entender adecuadamente expresiones lingüísticas en diferentes contextos de uso, en los que se dan factores variables tales como la situación de los participantes y la relación que hay entre ellos, sus intenciones comunicativas, el evento comunicativo en el que están participando, y las normas y convenciones de interacción que lo regulan.²²

Aparece en el modelo de Canale y Swain (1980) como uno de los componentes de la competencia comunicativa junto con la competencia gramatical y la estratégica. Aunque más tarde en 1983 Canale elaboraría un concepto más claro de competencia

²¹ Datos sacados del Informe de 2013 Lengua viva del Instituto Cervantes, donde se indica que para 2030 el 7.5% de la población será hispanohablante y en 2050 Estados Unidos será el primer país hispanohablante del mundo. Y es la tercera lengua más usada en la red. Además la imagen de la lengua española está asociada a la difusión de una cultura internacional de calidad.

²² *Diccionario de Términos Clave de ELE*

sociolingüística diferenciándola de la discursiva como hemos hecho referencia anteriormente:

La competencia sociolingüística incluye las reglas socioculturales y, por tanto, se trata de producir y comprender los enunciados de forma apropiada en distintos contextos sociolingüísticos dependiendo de factores contextuales como el estatus de los participantes, el propósito de la interacción y las normas o convenciones de la interacción (Canale 1983: 7).

Por lo tanto, esta nos ayuda a comprender los enunciados que son adecuados en cada situación comunicativa.

Partiendo de la competencia comunicativa definida por Hymes (1971) se propone una revisión y concluye que está compuesta por cuatro componentes: la gramatical, que comprende los conocimientos léxicos, sintácticos, semánticos, morfológicos y fonológicos; la sociolingüística, que permite comunicar en un contexto social y cultural; y la estratégica que compensa las deficiencias en la comunicación a través de estrategias verbales o no verbales.

No todos los autores presentan una definición clara de la competencia sociolingüística y desligada de otras, para muchos la competencia sociolingüística y la sociocultural están íntimamente ligadas. Van Ek (1988) en cambio, va más allá como hemos dicho anteriormente y distingue entre competencia sociocultural, competencia sociolingüística y competencia social. Basándose en Gumperz (1982), que considera la comunicación como actividad social que requiere esfuerzos coordinados de dos o más individuos, deduce que se requiere también, y además de las competencias discursivas, estratégica sociolingüística y sociocultural, lo que denomina competencia social.

If two or more individuals are to coordinate their efforts to engage in interaction they must, at least, have the will and the skill to do so. The will to interact involves motivation, attitude and self-confidence; the skill to interact involves such qualities as empathy and the ability to handle social situations. We indicate these qualities collectively as social competence (Van Ek, 1988: 35).

Van Ek considera que es fundamental favorecer la competencia social para desarrollar la personalidad de los aprendices a través del desarrollo cognitivo y afectivo. Los objetivos para el aprendizaje de una LE los resume en el siguiente esquema:

FLL OBJECTIVE

COMMUNICATIVE ABILITY: - linguistic competence

- sociolinguistic competence

- discourse competence

- strategic competence

- sociocultural competence

- social competence

()

Optimal development of personaliy:

- Cognitive development
- Affective development

(Van Ek, 1988:36)

Para L. Bachman (1990), la competencia sociolingüística forma parte, junto con la ilocutiva, de la competencia pragmática e incluye cuatro áreas: la sensibilidad hacia las diferencias de dialecto o variedad; la sensibilidad hacia las diferencias de registro; la sensibilidad a la naturalidad; y la habilidad para interpretar referencias culturales y lenguaje figurado.

Para el *MCER* (2002:106-118) la competencia sociolingüística, forma parte de las «competencias comunicativas de la lengua» e incluye las destrezas necesarias para abordar la dimensión social de la lengua. Comprende las siguientes áreas:

- los marcadores lingüísticos de relaciones sociales (saludos y formas de tratamiento, convenciones para los turnos de palabra, interjecciones y frases interjectivas),
- las normas de cortesía («cortesía positiva» -mostrar interés por el bienestar de una persona, expresar admiración, afecto o gratitud...-; «cortesía negativa» -

evitar comportamientos amenazantes, disculparse por ellos,..-; descortesía deliberada -brusquedad, antipatía, reprimendas...-),

- las expresiones de sabiduría popular (refranes, modismos, expresiones de creencias, actitudes o valores, etc.),
- las diferencias de registro, los dialectos y los acentos (reconocimiento de los marcadores lingüísticos, por ejemplo, de la clase social, la procedencia regional, el origen nacional, el grupo étnico o el grupo profesional), en sus manifestaciones del léxico, la gramática, la fonología, las características vocales, la paralingüística o el lenguaje corporal.

El *MCER* (2002:119) asimismo, presenta una serie de escalas ilustrativas de los diversos niveles en que un hablante de una lengua puede mostrar dominio de la adecuación sociolingüística, como podemos ver en el esquema.

ADECUACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA	
C2	<p>Tiene un buen dominio de expresiones idiomáticas y coloquiales, y sabe apreciar los niveles connotativos del significado.</p> <p>Es plenamente consciente de las implicaciones de carácter sociolingüístico y sociocultural en el uso de la lengua por parte de los hablantes nativos, y sabe reaccionar en consecuencia.</p> <p>Media con eficacia entre hablantes de la lengua meta y de la de su comunidad de origen, teniendo en cuenta las diferencias socioculturales y sociolingüísticas.</p>
C1	<p>Reconoce una gran diversidad de expresiones idiomáticas y coloquiales, y aprecia cambios de registro; sin embargo, puede que necesite confirmar detalles esporádicos, sobre todo, si el acento es desconocido.</p> <p>Comprende las películas que emplean un grado considerable de argot y de uso idiomático.</p> <p>Utiliza la lengua con flexibilidad y eficacia para fines sociales, incluyendo los usos emocional, alusivo y humorístico.</p>
B2	<p>Se expresa con convicción, claridad y cortesía en un registro formal o informal que sea adecuado a la situación y a la persona o personas implicadas.</p> <p>Sigue con cierto esfuerzo el ritmo de los debates, e interviene en ellos aunque se hable con rapidez y de forma coloquial.</p>

	<p>Se relaciona con hablantes nativos sin divertirlos o molestarlos involuntariamente, y sin exigir de ellos un comportamiento distinto al que tendrían con un hablante nativo.</p> <p>Se expresa apropiadamente en situaciones divertidas y evita errores importantes de formulación.</p>
B1	<p>Sabe llevar a cabo una gran diversidad de funciones lingüísticas, utilizando los exponentes más habituales de esas funciones en el registro neutro.</p> <p>Es consciente de las normas de cortesía más importantes y actúa adecuadamente.</p> <p>Es consciente de las diferencias más significativas que existen entre las costumbres, los usos, las actitudes, los valores y las creencias que prevalecen en la comunidad en cuestión y en la suya propia, y sabe identificar tales diferencias.</p> <p>Sabe llevar a cabo funciones básicas de la lengua como, por ejemplo, intercambiar y solicitar información, asimismo, expresa opiniones y actitudes de forma sencilla.</p>
A2	<p>Se desenvuelve en las relaciones sociales con sencillez pero con eficacia, utilizando las expresiones más sencillas y habituales y siguiendo fórmulas básicas</p> <p>Se desenvuelve en intercambios sociales muy breves utilizando fórmulas cotidianas de saludo y de tratamiento. Sabe cómo realizar y responder a invitaciones y sugerencias, pedir y aceptar disculpas, etc.</p>
A1	<p>Establece contactos sociales básicos utilizando las fórmulas de cortesía más sencillas y cotidianas relativas a saludos, despedidas y presentaciones, y utiliza expresiones del tipo <<por favor>>, <<gracias>>, <<lo siento>>, etc.</p>

2.2.2 La competencia sociocultural

Muchos autores la asocian a la competencia sociolingüística; otros, en cambio, a la discursiva como hemos visto anteriormente. En el presente trabajo hemos decidido considerarla independiente de las otras, siguiendo el modelo propuesto por Van Ek (1986), para intentar acotarlas y arrojar luz a la dimensión cultural de la lengua y que sirva de ayuda tanto al alumno como al profesor en la enseñanza/aprendizaje del español como LE, y concretamente en el tema que nos ocupa, el español del turismo.

Partiremos de su definición; según el *Diccionario de términos clave de ELE*, la competencia o subcompetencia sociocultural hace referencia a la capacidad de una persona para utilizar una determinada lengua relacionando la actividad lingüística comunicativa con unos determinados marcos de conocimiento propios de una comunidad de habla; estos marcos pueden ser parcialmente diferentes de los de otras comunidades y abarcan tres grandes campos: el de las referencias culturales de diverso orden; el de las rutinas y usos convencionales de la lengua; y el de las convenciones sociales y los comportamientos ritualizados no verbales.

Van Ek (1986:36), quien distingue entre competencia sociocultural, competencia sociolingüística y competencia social, considera que el alumno debe ser capaz de reconocer “la validez de otras formas de instaurar, categorizar y expresar la experiencia, y otras formas de llevar a cabo la interacción entre las personas”; dichas formas afectan a diversos componentes de la lengua:

- elementos léxicos para los que no hay equivalente semántico en la propia lengua (en el caso del español frente a otras lenguas, por ejemplo, podría aducirse la palabra y el concepto de “el gordo de Navidad”),
- elementos léxicos cuyo sentido corre el riesgo de ser transferido erróneamente al propio contexto sociocultural (por ejemplo, cuando en español peninsular se afirma de alguien que “es muy salado”),
- medios no verbales de expresión (el beso como forma de saludo o despedida) o el de los usos convencionales de la lengua en comportamientos rituales cotidianos (las distintas formas de invitar y de aceptar o declinar las invitaciones).

Igualmente, Van Ek incluye temas geográficos, históricos, económicos, sociológicos, religiosos o culturales.

En el modelo de Celce-Murcia, Dörnyei y Thurrell (1995) la competencia sociocultural forma parte de la competencia de la lengua junto con la discursiva, lingüística, accional y estratégica. Y hace referencia a la habilidad del hablante para expresarse de forma apropiada en un contexto sociocultural. Para dichos autores los componentes de la competencia sociocultural incluyen los factores del contexto social, factores estilísticos, factores culturales y factores de la comunicación no verbal. Como se puede observar se

parece bastante al concepto de competencia sociolingüística, pero su descripción es más amplia.

El *MCER* (2002:11) engloba la competencia sociocultural entre las competencias generales de la persona, y la sitúa fuera de las estrictamente relativas a la lengua; la denomina conocimiento sociocultural y la considera como una parte del conocimiento del mundo; pero le da «la importancia suficiente como para merecer la atención del alumno, sobre todo porque, al contrario que en muchos otros aspectos del conocimiento, es probable que no se encuentre en su experiencia previa, y puede que esté distorsionado por los estereotipos».

Establece hasta siete áreas de características distintivas de una sociedad que pueden ser objeto del conocimiento sociocultural:

- la vida diaria (comida y bebida, horas de comidas, modales en la mesa, días festivos, horas y prácticas de trabajo, actividades de ocio).
- las condiciones de vida (niveles de vida, condiciones de la vivienda, medidas y acuerdos de asistencia social).
- las relaciones personales (estructura social y las relaciones entre sus miembros, relaciones entre sexos, estructuras y relaciones familiares, relaciones entre generaciones, relaciones en situaciones de trabajo, relaciones con la autoridad, con la Administración, etc., relaciones de raza y comunidad), relaciones entre grupos políticos y religiosos.
- los valores, creencias y actitudes respecto: clase social, grupos profesionales, riqueza, culturas regionales, seguridad, instituciones, tradición y cambio social, historia, minorías étnicas y religiosas, identidad nacional, países, estados y pueblos extranjeros, política, artes, religión humor.
- el lenguaje corporal.
- las convenciones sociales (puntualidad, regalos, vestidos, aperitivos, bebidas y comidas, convenciones y tabúes relativos al comportamiento y a las conversaciones, duración de la estancia, despedida).
- el comportamiento ritual en las siguientes áreas: ceremonias y prácticas religiosas, nacimiento, matrimonio y muerte, comportamiento del público y de los espectadores en representaciones y ceremonias públicas, celebraciones, festividades, bailes, etc.

También habla de una consciencia intercultural, que es el «resultado del conocimiento, la percepción y la comprensión de la relación entre el "mundo de origen" y el "mundo de la comunidad objeto de estudio" (similitudes y diferencias distintivas)» (2002: 101). Pero no aparece ninguna tabla en la que se proporcione descriptores para los distintos niveles de competencia sociocultural, algo lógico máxime cuando se trata de referentes culturales, ya que es un campo tan amplio que sería imposible de delimitar, en el caso del español aún más ya que se habla en veintidós países. Además, sería un error acotarlos como ocurría en los métodos tradicionales y estructuralistas en los que se presentaban los contenidos culturales que se consideraban necesarios, que se referían fundamentalmente a la cultura legitimada o con mayúsculas, que en absoluto tenían en cuenta las necesidades y el interés de los alumnos, y que contribuían sobre todo a aumentar los estereotipos.

No es una tarea fácil para el docente presentar el componente cultural en el aula sin que se caiga en estereotipos, pero es necesario que sea consciente de ello y que haga partícipe a los alumnos porque lo más importante es darse cuenta de su relatividad, ya que los comportamientos y referentes culturales no son universales sino que varían de cultura en cultura. Como dice Lourdes Miquel (2004:518), “la clave del análisis del componente sociocultural reside en la capacidad de distanciamiento del mismo y en la posibilidad de relacionarlo con otros componentes socioculturales”.

Como apunta Lourdes Miquel (2005), el componente sociocultural está muy pautado, como ocurre con la lengua, ya que está muy interiorizado. De ahí que los miembros de una cultura reconozcan las pautas y distingan las que no les son propias. Cabe añadir que la cultura esencial es muy opaca, pero tiene algunas manifestaciones más visibles que otras, como pueden ser los símbolos.

Por todo ello, la labor docente tiene que focalizarse en sensibilizar al alumno de la necesidad de marcar distancia entre la propia cultura y la cultura meta, además ha de facilitarle los instrumentos necesarios para poder comprender y hacer propio el componente cultural para que no se den episodios de inadecuación comunicativa.

Por otra parte, el *PCIC* también tiene en cuenta la dimensión cultural de la lengua, concretamente a través de tres inventarios separados: el de los referentes culturales, el de los saberes y comportamientos socioculturales y el de las habilidades y actitudes interculturales.

El inventario de los referentes culturales incluye el conocimiento factual, es decir los conocimientos generales sobre los países hispanos (geografía, población, gobierno, política, economía, industria, medios de comunicación, etc.), los acontecimientos, los protagonistas del pasado y del presente de esos mismos países, sus productos y creaciones culturales para que el alumno los pueda incorporar como referentes culturales generales. Además recoge las creencias, valores, representaciones y símbolos que pueden ser útiles para el aprendiz de ELE y que contribuyan al desarrollo de la competencia intercultural.

Tal como reza en la introducción del inventario no se pretende la exhaustividad sino que el alumno tenga acceso a este tipo de conocimiento. También se señala la dificultad a la hora de adoptar un criterio de selección de contenidos debido a la falta de fuentes documentales y a la bastedad del material existente, por lo que se ha optado por aquellos referentes que han pasado a formar parte de acervo cultural.

Por lo que se refiere a la organización tanto este inventario como el de *Saberes y comportamientos Socioculturales* tiene un planteamiento modular de los contenidos. El material es presentado en tres fases: aproximación, profundización y consolidación que no tienen una correspondencia con los niveles lingüísticos sino que se refiere al mayor o menor grado de universalidad o de accesibilidad.

En cuanto al primer criterio, el de universalidad en la fase de aproximación se encuentran los contenidos más universales y en el de consolidación los menos. Con respecto al criterio de accesibilidad se entiende los conceptos a los que los alumnos pueden acceder y que además son más o menos frecuentes en España e Hispanoamérica. La presentación de estos contenidos se hace de la misma manera citada los más accesibles en la fase de aproximación y los menos en la de consolidación.

El inventario de Referentes culturales está dividido en tres grandes apartados:

1. «Conocimientos de los países hispanos», en los que se recoge el conocimiento factual que hace referencia a la geografía, demografía, economía, política, etc. de los países hispanos amén de las creencias y valores, representaciones y símbolos asociados a hechos y realidades culturales. Está íntimamente relacionado con el inventario de *Saberes y comportamientos socioculturales*.
2. «Acontecimientos y protagonistas del pasado y del presente», comprende hechos importantes de la historia, de la sociedad y de la cultura de España y los países

hispanos, además de las personalidades con proyección internacional y los personajes históricos y legendarios que simbolizan la historia de dichos países.

3. «Productos y creaciones culturales», en el que se recogen las tendencias artísticas y culturales, con sus autores y creaciones que forman parte del patrimonio cultural de España y de los países hispanos. Cabe señalar que el apartado dedicado al cine y a la literatura son más amplios ya que se ha tenido en cuenta la presencia que tiene el cine y la literatura en el aula.

En cuanto al inventario de *Saberes y comportamientos socioculturales* recopila las condiciones de vida, los aspectos cotidianos, la identidad colectiva, la organización social, las relaciones personales, etc. que se dan en España, sin hacer referencia a los países hispanos. El motivo por el cual se ha excluido Hispanoamérica no es otro que la dificultad de obtener datos de primera mano y no basados en fondos documentales como se ha hecho para el inventario de Referentes Culturales. Pero compartimos la opinión del *PCIC* que es un campo aún por explorar y que sería necesario analizar y recopilar datos a través de proyectos de investigación con un enfoque pedagógico, que tenga en cuenta el interés de los alumnos y que ayuden a dar una visión real y actual de la situación sociocultural de los países hispanos.

Por lo que se refiere a los *Saberes*, el material presente en este inventario hace referencia a conocimientos declarativos que responden a preguntas como qué, dónde, cuándo, cómo y quién. Asimismo, estos van asociados a una serie de creencias y valores que expresan los efectos de los contenidos descritos en la propia sociedad y no son otra cosa que las convicciones, prejuicios, etc., que constituyen las señas de identidad de dicho pueblo. Este conocimiento es fundamental para que nuestros alumnos puedan realizar comunicaciones eficaces y su conocimiento va a condicionar la selección de registro, vocabulario, etc.; o sea, que el conocimiento de los aspectos socioculturales condicionará la actuación lingüística, por ello este tipo de contenidos tiene que estar muy presente en el aula.

Por lo que respecta a la selección de contenidos y al orden de presentación, se corresponde en buena parte con el de *Nociones específicas* ya que son temas relacionados; además, está en relación con el de *Funciones* y al de *Tácticas y estrategias pragmáticas* puesto que en los actos de habla están presentes el registro, la cortesía verbal, la elección del vocabulario según la situación, etc.

La presentación de este inventario es modular al igual que el de *Referentes culturales*. También está organizado en tres fases: aproximación, profundización y consolidación. Es interesante destacar que en la fase de profundización y consolidación se presentan aspectos relacionados con implicaciones interculturales de los hábitos y rituales (choques, conflictos, malentendidos) y con temas de interés profesional que serán muy útiles y que deberemos tener presentes en nuestra labor didáctica, sobre todo tratándose del sector del que nos ocupamos, el español del turismo.

Por último, los contenidos de este inventario están organizados en tres apartados:

1. «Condiciones de vida y organización social», en que se hace referencia a la comida, bebida, horarios, condiciones de vida, acceso a la vivienda, etc.
2. «Relaciones interpersonales» hace referencia a los saberes, las convenciones sociales y los comportamientos que rigen las relaciones entre miembros y la estructura social en los cuatro ámbitos del MCER: personal, público profesional y educativo. En nuestro caso nos ocuparemos sobre todo del profesional y personal, que serán más rentables para nuestros alumnos.
3. «Identidad colectiva y estilo de vida», que hace referencia a convenciones sociales respecto a saludos, despedidas, el comportamiento en celebraciones, fiestas, invitaciones en actos sociales; con el comportamiento ritual colectivo en ceremonias y prácticas religiosas; con la participación ciudadana en la esfera social y con las tradiciones que se mantiene y las que son cuestionadas por los nuevos estilos de vida.

El último inventario que se ocupa de la dimensión cultural de la lengua es el de las *Habilidades y actitudes interculturales* que contempla la configuración de una identidad plural, y está íntimamente relacionado con la competencia o subcompetencia intercultural, de la que nos vamos a ocupar a continuación. Esta competencia junto con las puramente lingüísticas y el control del aprendizaje conforma lo que el *MCER* define como competencia plurilingüe y pluricultural.

Dicho inventario presenta una serie de procedimientos que permitirán al alumno acercarse a otras culturas, concretamente a la de España y los países hispanos desde una óptica intercultural, por lo que no se busca solo un intercambio de información sino la comprensión, aceptación y la integración entre otras cosas de la cultura meta. Para ello es necesario que el alumno desarrolle una serie de conocimientos, habilidades y

actitudes que contribuirán a interpretar desde varios puntos de vista la cultura de las comunidades a las que accede evitando prejuicios y estereotipos, y eventuales conflictos, contribuyendo así a crear una personalidad que fomente la tolerancia y la cooperación.

Los contenidos del inventario *Habilidades y actitudes interculturales* está compuesto por dos categorías: habilidades y actitudes. Son una serie de procedimientos que el alumno, de forma consciente debe realizar para poder desarrollar las estrategias interculturales. Su enfoque es modular como en el caso de los otros dos inventarios pero no presenta fases. Cabe añadir que tal como se indica en el *MCER* el desarrollo de las competencias pluricultural y plurilingüe puede presentar desequilibrios ya que el conocimiento lingüístico no siempre corresponde con el conocimiento sociocultural, el conocimiento del mundo, y las destrezas y habilidades interculturales del alumno.

Las especificaciones de este inventario están distribuidas en cuatro apartados, y en cada uno de ellos se encuentran las habilidades y actitudes interculturales. Por lo que concierne a las habilidades se organizan en epígrafes que corresponden con las fases necesarias para el proceso y asimilación del conocimiento. Las actitudes, en cambio, se distribuyen según un esquema fijo: empatía, curiosidad, apertura, distanciamiento, etc.

2.2.3 La competencia intercultural

Según el *Diccionario de términos claves de ELE*, es la habilidad que posee un estudiante de LE para desenvolverse adecuada y satisfactoriamente en las situaciones de comunicación intercultural que se producen con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluriculturalidad.

Se comienza a hablar de ella a partir de los años 80, cuando se empieza a reconocer un matrimonio indisoluble entre lengua y cultura. Byram (1995; 2001) considera el modelo de competencia comunicativa planteado por Van EK en 1986 en el que distinguía entre competencia sociolingüística, estratégica y sociocultural como antecesor del concepto de competencia intercultural. Igualmente, considera que está compuesta por cuatro elementos, que se recogerían más tarde en el *MCER*, que son los siguientes:

- *Savoir-être* (actitudes y valores): permite un cambio de actitud hacia la cultura extranjera. Favorece la apertura hacia otras culturas y ser más críticos con la propia, evitando el etnocentrismo.
- *Savoirs* (conocimiento y saberes): consiste en la adquisición de nuevos conceptos de la cultura meta.
- *Savoir-faire* (comportamiento): saber actuar en la cultura meta.
- *Savoir-apprendre* (habilidad para aprender): saber aprender de la cultura extranjera, lo que permite analizar la experiencia y adaptar las técnicas de aprendizaje a cada situación.
- *Savoir-comprendre* (comportamiento): que está relacionado con la interpretación de la cultura meta.
- *Savoir-S'Engager* (consciencia cultural crítica): comporta un compromiso crítico con la cultura extranjera a partir de la propia. Consiste en desarrollar un saber cultural desde una perspectiva crítica.

Hoy en día los enfoques que tienen presente la competencia intercultural son fundamentalmente dos (Elionzo: 2008,23-24):

- El enfoque de las destrezas sociales (The Social Skills Approach): se basa en el modelo del hablante nativo; parte de la dimensión pragmática de la competencia lingüística para justificar el empleo de técnicas de asimilación cultural, además defiende la importancia de la comunicación no verbal y que es necesario desarrollar en el alumno destrezas sociales en los encuentros interculturales para que pase a ser un miembro más de la comunidad de la lengua meta. Este enfoque ve la lengua como un obstáculo en la comunicación entre culturas diferentes.
- El enfoque holístico (the Holistic Approach) intenta desarrollar en el discente ciertos aspectos emocionales y afectivos que creen una empatía hacia las diferentes culturas. Solo de esta manera se conseguirá derribar las barreras culturales y se superará el etnocentrismo sin que se deba renunciar a la propia identidad y reducir los posibles choques culturales. Así el alumno podrá convertirse en mediador entre las culturas en contacto. Este enfoque considera la lengua como un elemento que forma parte de la cultura; y a las culturas en contacto (la propia y la extranjera) se les da idéntica importancia.

Ambos enfoques consideran que la competencia intercultural dispone de una variable afectiva, una variable cognitiva y una dimensión comunicativa.

Se pueden distinguir tres etapas en el proceso de adquisición de la competencia intercultural²³:

1. Nivel monocultural: el alumno observa la cultura extranjera desde los límites interpretativos de su propia cultura;
2. Nivel intercultural: el alumno toma una posición intermedia entre la cultura propia y la extranjera, lo cual le permite establecer comparaciones entre ambas; y, finalmente,
3. Nivel transcultural: el alumno alcanza la distancia adecuada respecto a las culturas en contacto para desempeñar la función de mediador entre ambas.

Díaz Martínez J. (1997:271-279) siguiendo las técnicas propias de la etnografía de la comunicación aconseja el uso de un diario del aprendizaje, entre otros instrumentos, en la enseñanza/aprendizaje de la LE porque considera que puede favorecer la observación, el análisis, la interpretación y la comprensión de las diferentes culturas. Algo necesario si se quiere fomentar el desarrollo de la competencia intercultural en los discentes.

El *PCIC* tiene muy en cuenta esta competencia, en concreto en el inventario de *Habilidades y actitudes interculturales* que hemos descrito en el apartado anterior. En los cuatro apartados que lo componen podemos encontrar las claves para desarrollar la competencia intercultural, que puede ser de gran ayuda en la preparación de material didáctico y en la práctica diaria con nuestros alumnos.

En el primer apartado, *Configuración de una identidad cultural*, se describen las habilidades y actitudes interculturales que:

- el alumno ha de desarrollar para que tome conciencia de los estereotipos y filtros presentes en comportamientos, discurso, juicios de valor, etc. cuando se interpreta una cultura en clave etnocentrista;
- perciba la variedad de matices que presenta una cultura, incluso dentro de la propia, que pueden contribuir al enriquecimiento personal;

²³ Diccionario de términos clave de ELE:

http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/compintercult.htm

- encuentre rasgos comunes entre la propia cultura y la cultura meta como pueden ser préstamos lingüísticos, afinidades, etc;
- acepte la cultura meta sin considerarla inferior;
- capte y considere las culturas con las que entra en contacto desde varias perspectivas que pueden contribuir a configurar su identidad cultural.

El segundo apartado, *Procesamiento y asimilación de saberes culturales y comportamientos socioculturales*, es una guía para que el alumno realice los procesos cognitivos necesarios para captar, elaborar, interiorizar, integrar en las propias estructuras, ensayar, activar estratégicamente el conocimiento necesario durante las experiencias interculturales. Asimismo, se indican las actitudes necesarias para que se desarrolle la disposición hacia la empatía, la sensibilidad, el interés, la flexibilidad, etc. En el tercer apartado, *Interacción cultural*, se proporciona una serie de fases para activar las competencias que favorezcan el contacto con personas, hechos y productos culturales.

Por último, en el cuarto, *Mediación cultural*, se ocupa de las tareas que debe llevar a cabo el alumno para fomentar la negociación de significados, la interpretación de hechos y productos culturales, la eliminación de malentendidos y la erradicación de conflictos interculturales, según el siguiente esquema: planificación, mediación, evaluación y control, reparación y ajustes (2007:3)

Podemos concluir que a la hora de elaborar o analizar material didáctico, y en el caso que nos ocupa los MET, hemos de tener en cuenta el desarrollo de la competencia sociolingüística, sociocultural e intercultural desde un enfoque comunicativo de la lengua, pero desde una perspectiva holística que tenga presente un cariz empático y en el que el alumno sea mediador entre las culturas en contacto. Además, el profesor debe ser muy consciente de la importancia del desarrollo de la dimensión cultural de la lengua que proporciona al alumno no solo un conocimiento meramente lingüístico sino que le ayuda a adquirir habilidades, comportamientos y conocimientos esenciales en la actual sociedad globalizada, ayudándole a alcanzar una competencia superior, tal como dice el *MCER*, la competencia pluricultural de la que nos vamos a ocupar a continuación.

2.2.4 La competencia pluricultural

La Competencia pluricultural es, según el *Diccionario de términos clave de ELE*, la capacidad de una persona para participar en encuentros interculturales, debido a la experiencia que tiene de diversas culturas y al conocimiento de distintas lenguas. La competencia pluricultural está directamente relacionada con la competencia plurilingüe, aunque, como dice el *MCER*, pueden presentar desequilibrio y variedad entre ellas, ya que se puede conocer bien una cultura pero mal la lengua o viceversa.

El *MCER* (2002:131) no considera la competencia pluricultural dentro de las competencias del usuario (generales y comunicativas), sino que le dedica un capítulo a parte en el que se ocupa de lo que deben aprender los alumnos, que forma parte del objetivo de una política lingüística de promoción del aprendizaje de lenguas. De ella se dice que presenta un perfil cambiante que depende de cada individuo, de su trayectoria profesional, historia familiar, los viajes realizados, lecturas, aficiones, etc. que hacen más compleja esta competencia, pero que fomenta la conciencia de identidad.

Una de las características de esta competencia, según el *MCER* (2002:132) es que pueden utilizar estrategias diferentes según la lengua empleada. Por ejemplo, en el caso de un escaso conocimiento de una lengua, la competencia existencial puede estar más presente a través de la mímica, los gestos y la proxémica. En cambio, cuando el conocimiento es más avanzado, el hablante puede mantener una actitud más distante. Asimismo, se dice que no es la suma de competencias monolingües sino que permite multitud de combinaciones y alternativas; todo ello hacen de ella una competencia necesaria y deseable para el desarrollo de la conciencia sobre la lengua, la comunicación y las estrategias metacognitivas, que fomenta el cómo aprender y entablar relaciones con personas en situaciones nuevas.

Otra cuestión que apunta el *MCER* (2002: 132) en cuanto a esta competencia se refiere, y que consideramos digna de reseñar es que, el conocimiento de una lengua y, por lo tanto, de una cultura extranjera no siempre conlleva superar el etnocentrismo con respecto a la lengua y culturas nativas sino que a veces puede acentuarse. En cambio, es mucho más posible que el conocimiento de varias lenguas evite este problema y potencie el aprendizaje. De ahí que sea necesaria una política lingüística que favorezca la enseñanza de más de dos lenguas.

El *PCIC* (2007) también se ha ocupado de esta competencia; en los tres inventarios dedicados a lo cultural, más concretamente en el de habilidades y actitudes dice que la competencia intercultural junto con la el aprendizaje y las propiamente lingüísticas constituye una especie de competencia superior que va más allá de la comunicativa y que se aproxima a la plurilingüe y pluricultural de *MCER* (2002:131). De ahí que creamos que es necesario que esté presente en los MET y la tengamos en cuenta en nuestra programación didáctica. Concretamente el alumnado con el que trabajamos (la mayoría italianos, pero también puede haber alumnos de otros países que residen en Italia) estudia otras lenguas además del español (inglés, francés y alemán), por lo que tendremos en cuenta esta competencia cuando hagamos nuestra propuesta didáctica.

Capítulo 3: Breve historia de los enfoques y métodos en la enseñanza de idiomas

La enseñanza de las lenguas ha buscado a lo largo de su historia estructurar el proceso de enseñanza/aprendizaje mediante una serie de principios metodológicos que han ido cambiando en función de las nuevas orientaciones que iban apareciendo y que perseguían una mayor eficacia. Pese a ello es difícil establecer a ciencia cierta la mejor manera de aprender un idioma, puesto que como dice F. Castro (1994:187) “nadie sabe exactamente cómo se aprende una lengua, a pesar de todas las investigaciones y todas las teorías formuladas sobre el tema, ya que se trata de un proceso excesivamente complejo y en el están implicados múltiples factores”.

Aunque la evolución metodológica pueda parecer lineal, en realidad los diversos métodos y enfoques se van superponiendo y muchos de ellos siguen conviviendo incluso en la actualidad.

Antes de ocuparnos de ellos quisiéramos plantearnos la cuestión de por qué surgen nuevas metodologías y el motivo de su cambio.

Neuner y H. Hunfeld (1993:9) proponen el siguiente modelo para explicar los factores que influyen en el desarrollo de los métodos de la enseñanza de las lenguas.



Todos estos factores se relacionan y se influyen mutuamente. Además según señala P. Melero (2000:12) los métodos y enfoques metodológicos evolucionan en la medida en se realizan cambios en:

- Las teorías del aprendizaje;
- Las nuevas concepciones de la lengua y los enfoques didácticos que aportan las corrientes lingüísticas;
- Los programas y planes de estudios;
- El papel del docente y del estudiante;
- La política y la sociedad.

Es necesario antes de pasar a la enumeración de los métodos y enfoques más influyentes en la enseñanza del ELE distinguir ambos conceptos que con frecuencia se utilizan como si fueran sinónimos.

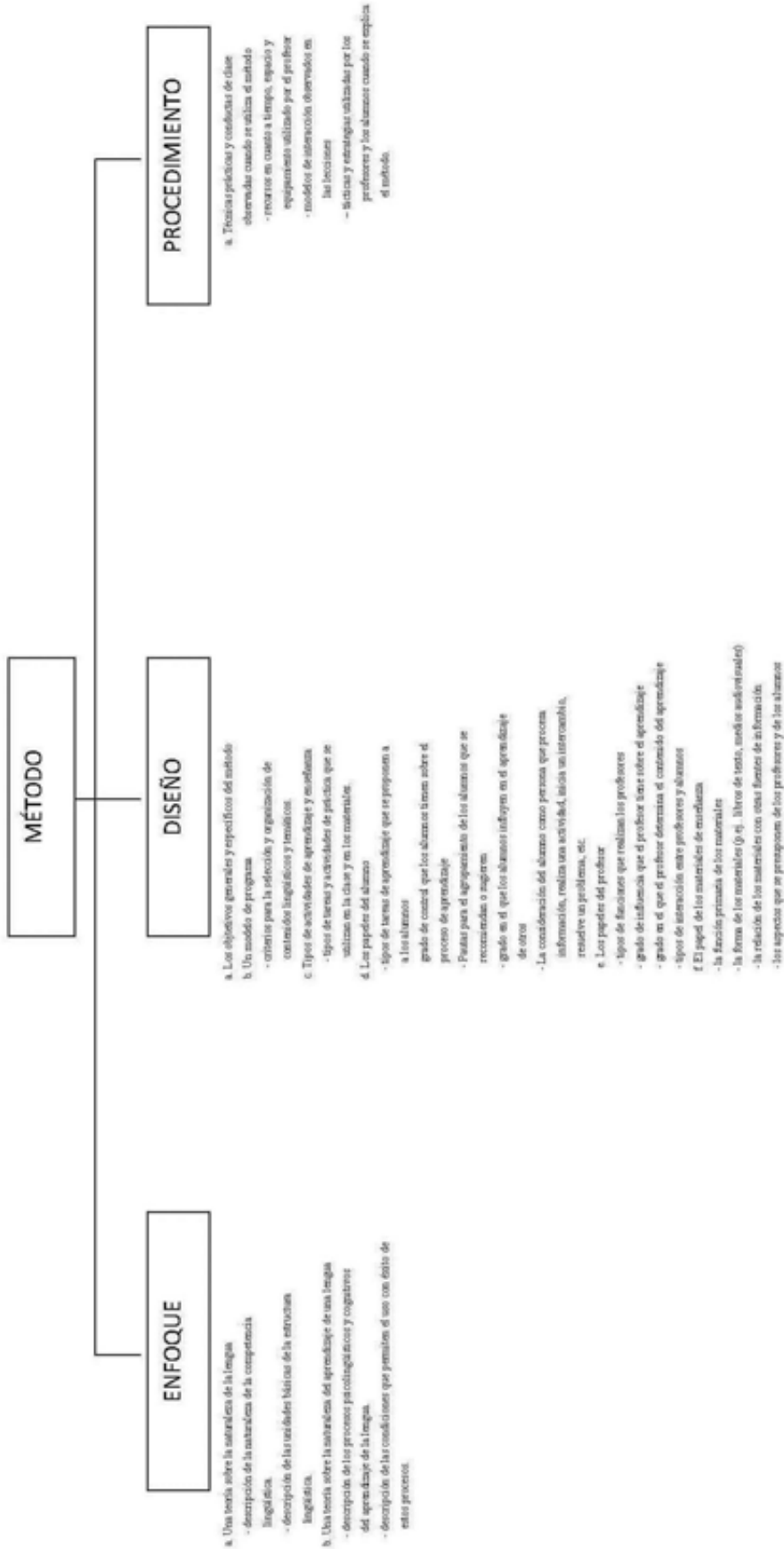
La palabra método tiene varios significados y es empleado en el ámbito de la enseñanza de las lenguas extranjeras para indicar el modo de enseñar una lengua basada en principios teóricos; también se emplea para indicar los procedimientos de aprendizaje inductivo o deductivo, y por último como sinónimo de libro de texto.

Para J. C. Richards y Th. S. Rodgers (2014), en su obra *Methods in Language Teaching*, de la que existe traducción al español del mismo año, proponen un modelo para describir cualquier método de enseñanza de lenguas extranjeras, cuyos elementos son: el enfoque, el diseño y el procedimiento. Para estos autores el enfoque está relacionado con las teorías sobre la naturaleza de la lengua y su aprendizaje. Además, aseguran que son al menos tres las teorías que inspiran de manera implícita o explícita los enfoques o métodos actuales de enseñanza de idiomas (2014: 29-30): la *estructural* que considera la lengua como un sistema relacionado a través de estructuras para codificar el significado. De ahí que el aprendizaje se centre en el conocimiento de estos elementos. La *funcional*, que considera la lengua como vehículo para la expresión de un significado funcional, dando más importancia a la semántica y a la comunicación que a la gramática y a las estructuras de la lengua. Y, por último, la *interactiva* que considera la lengua como vehículo para fomentar las relaciones personales y las transacciones entre personas.

En cambio, para que se pueda hablar de método es necesario que esté basado en una teoría de la lengua, que se tengan en cuenta cuestiones más prácticas como el diseño, que es el nivel de análisis en el que se indican los objetivos (programa, tipos de tareas, el papel de alumno, del profesor y del material, y el procedimiento o técnicas a seguir). Por lo que podemos decir que el método deja poco espacio para la toma de decisiones tanto al profesor como al alumno.

Además, Richards y Rodgers (2014) aclaran que el desarrollo de los métodos no siempre es lineal, no necesariamente parten del enfoque, pasan por el diseño hasta llegar al procedimiento. A veces los métodos se pueden desarrollar a partir de cualquiera de estas categorías.

A modo de resumen he aquí el esquema de los tres elementos y subelementos que constituye un método.



(Richards y Rodgers, 2014: 42)

Sería excesivamente largo enumerar todos los métodos o enfoques que se han empleado en la enseñanza de las lenguas extranjeras, por lo que nos limitaremos a citar los que consideramos más importantes por haber influido mayormente en la enseñanza/aprendizaje de ELE, y concretamente en el caso que nos ocupa el ET, de modo que pueda servirnos de ayuda y comprender mejor la filosofía que subyace en cada uno de los MET que analizaremos a continuación. De este modo, excluirémos métodos marginales como la Sugestopedia, la Vía Silenciosa, la Respuesta Física Total entre otros, que poca influencia han tenido en la enseñanza/aprendizaje de ELE en general, y menos aún en el español del turismo.

El primer método aplicado a la enseñanza de las lenguas extranjeras o segundas lenguas, es el Método de Gramática y Traducción que se había usado tradicionalmente para la enseñanza de lenguas muertas clásicas como el latín y el griego, y que gozaba de gran prestigio por lo que se pensó que era la forma más adecuada para la enseñanza de la LE. Además, no exigía que el profesor supiese hablar la lengua sino que conociera su gramática y fuera capaz de traducir (Howatt, 1984:131-132)

Este método fue empleado durante un siglo, desde mediados del siglo XIX hasta mediados del XX, y se comenzará a aplicar concretamente a la enseñanza del inglés y francés, pero en el caso del español se empleará más tarde, hacia 1840.

Como su nombre indica consiste en la aplicación de reglas gramaticales para la traducción de una lengua a otra. Sus características principales son el predominio de la lengua escrita frente a la oral, el estudio de la gramática y la adquisición del léxico a través de listados de palabras bilingües, puesto que el objetivo en el estudio de la LE era aprender sobre todo la literatura y de esta manera poder beneficiarse de la disciplina mental y desarrollo intelectual que ello comporta, aunque cabe añadir que con el tiempo se haría cada vez más práctico. Alrededor de 1950 aparecieron textos en España con este objetivo y sobre todo a raíz de la introducción de las lenguas extranjeras en los sistemas escolares, asimismo podemos decir que influyó la apertura de España al exterior y con ello el aumento de los intercambios comerciales. Por lo que al ELE se refiere, será el método predominante hasta bien entrados los años 60 (Melero, 2000:26), e incluso podemos decir que sigue estando presente en algunos manuales en la actualidad.

Los precursores del Método Directo (Viëtor en Alemania, Passy en Francia y Sweet en Inglaterra) (Melero, 2000:43), cuestionaron este método y criticaron que se usaran reglas de lenguas muertas para enseñar lenguas vivas. Además de que se basara en la memorización de listas de palabras descontextualizadas y estructuras lingüísticas aisladas que solo se analizan y memorizan.

Junto con el método anteriormente citado aparece el Método Directo, que surge a finales del siglo XIX, pese a que su auge se produce en la primera mitad del siglo XX, por lo que coexisten ambos durante varias décadas. Su precursor fue Maximilian Berlitz, fundador de las conocidas escuelas Berlitz (Sánchez, 2009:56-58). Este método aparece como contraposición al Método de Gramática y Traducción y, además, será el precursor del Método Audiolingual. Representa un cambio de rumbo ya que, a diferencia del anterior, la enseñanza de la LE está basada en la lengua hablada y la práctica de la fonética para conseguir una buena pronunciación. De hecho propugnaba el uso exclusivo de la lengua meta. Otra de las novedades es que los textos y los diálogos empleados se presentan en contexto. Además la enseñanza de la gramática se hacía de forma inductiva, al final de la clase como comprobación y resumen de lo aprendido. Pero, hemos de señalar que este método no llegará a España hasta 1927, y tuvo una recepción muy reducida si la comparamos con otros países de su entorno.

Más tarde, después de la Segunda Guerra mundial se desarrollan dos corrientes metodológicas muy parecidas (Sánchez, 2009:78-86). Una en Estados Unidos, el llamado Método Audiolingual (en Inglaterra daría lugar al Enfoque Situacional), y en Francia el Método Audiovisual.

Estos métodos surgen de la necesidad de hablar lenguas “exóticas” como el chino y el japonés por parte del ejército norteamericano tras el comienzo de la Segunda Guerra Mundial (1939). Concretamente en los años 42-43 se desarrollan por encargo del ejército norteamericano programas y métodos para la enseñanza/aprendizaje de idiomas los llamados “Army Methods” que consistían en cursos intensivos dirigidos a los soldados orientados a la comprensión auditiva y expresión oral para formar intérpretes.

Una vez finalizada la contienda, concretamente a partir de 1945, el aprendizaje de idiomas se hace cada vez más necesario debido a las nuevas exigencias y a los cambios que se habían producido en la sociedad que se había vuelto mucho más abierta y competitiva. Asimismo, fue desapareciendo la concepción de que aprender una lengua

era algo reservado a una pequeña élite y comienza el interés por el aprendizaje de lenguas que favorecía el desarrollo personal y profesional a la vez que promovía las relaciones comerciales, los viajes y los intercambios tanto científicos como culturales.

La corriente americana que se denominó Método Audiolingual comenzó a tomar auge en los años 50 en Estados Unidos. La base teórica de este método es la lingüística estructural desarrollada por Bloomfield en su obra *Language* (1933) e influenciada por la teoría conductivista, basada en la psicología del aprendizaje de Skinner en su obra *Verbal Behavior* (1957).

En Europa, en cambio, es la escuela británica la que dicta las pautas de la enseñanza de las lenguas extranjeras. Por eso, cuando este método llega a Inglaterra adquiere algunas características propias y se le añade el concepto de situación, de ahí que se denomine *Enfoque Situacional*. Dicho enfoque está basado en la visión de Firth (1975:144) que concebía el estudio de la lengua dentro de un contexto, puesto que las palabras tienen significado únicamente dentro de una situación.

La variante británica llegará a España en 1974, año de publicación de “Español en Directo” de A. Sánchez et al, y sucesivamente “Español 2000”, en los que se presentaban ejercicios de transformación, sustitución y repetición. Algunos de los rasgos comunes de los manuales que surgen dentro de esta corriente metodológica son la división de sus contenidos en distintos niveles y la abundancia de material complementario, así como la preponderancia de la expresión oral. De ahí que el instrumento fundamental de este método sea el laboratorio de idiomas.

Los críticos (Melero, 2000:76) le achacan a este método que se interesa más por la forma que por el uso de la lengua, ya que plantea el aprendizaje como un proceso de formación de hábitos lingüísticos. La expresión oral consiste en la repetición mecánica para el alumno interiorice las estructuras gramaticales y el léxico. Ni siquiera predomina la situación sobre las estructuras en el Enfoque Situacional, como dice Zanón (1988:48).

Por lo que se refiere a la segunda corriente, el Método Audiovisual, surgió en Francia entre 1954 y 1956 en el Centre de Recherche et d'Étude pour la Diffusion du Français, que se inspiraba en los conceptos metodológicos de Guberina (Melero, 2000:74-76). Pese que tanto en este método como en el audiolingual subyacen los mismos planteamientos metodológicos hemos de señalar dos diferencias importantes presentes

en el Método Audiovisual, a saber: por un lado la presentación de la lengua oral a través de imágenes y la comprensión global de la situación comunicativa, que se debe hacer antes de estudiar las estructuras lingüísticas. De ahí que se denominase también Método Estructuro-global-audiovisual.

A pesar de que los partidarios de este método quisieron presentarlo bajo una concepción metodológica completamente distinta de la del Método Audiolingual/Situacional en realidad en la práctica no fue así puesto que su aplicación en el aula demostró su carácter estructuralista, por lo que las críticas que se realizaron prácticamente coinciden en que en el Método Audiolingual:

- el aprendizaje se reduce a la adquisición de hábitos lingüísticos;
- el docente es un mero técnico que usa los medios;
- la progresión está basada en la gramática y orientada hacia estructuras lingüísticas en vez de predominar el contexto y el carácter oral de la lengua.

En los años 60 en Estados Unidos y después en Inglaterra se comienza a cuestionar el aprendizaje lingüístico como una mera adquisición de hábitos, por lo que la investigación en el campo de la lingüística aplicada se dirige hacia enfoques más racionales y cognitivos, gracias a la aportación de la gramática generativa de Chomsky (1957) se dan las bases teóricas para la aparición de un nuevo enfoque, el Comunicativo o Nocio-funcional. Para Chomsky las teorías lingüísticas que conciben la lengua como estructura no explican su aspecto creativo. Para este autor el cerebro humano posee un dispositivo que le permite aprender y utilizar el lenguaje de forma instintiva, asimismo considera universales los principios generales de la gramática abstracta. Prueba de ello es la facilidad con que los niños aprenden las lenguas (Richards y Rodgers, 2009: 153).

También será fundamental para este enfoque la aportación de D. Hymes (1972) que amplió el concepto de “competencia lingüística” de Chomsky, ya que para este autor el hablante no debe solo conocer el código lingüístico, sino que debe saber qué decir a quién y cómo decirlo. Es decir, ser capaz de percibir las realidades no solo como lingüísticas, sino también que sean apropiadas al contexto social. Acuñando el término de “competencia comunicativa”.

Los estudios sobre la naturaleza de los actos de habla realizados por J.L. Austin (1962) y J.R. Searle (1969) también tuvieron una gran influencia en este enfoque. Para ambos

el significado implícito de un enunciado puede ser diferente del que expresa su forma, como, por ejemplo, la exclamación “qué frío” puede significar dependiendo de la situación una petición para que otra persona cierre la ventana, para que alguien conceda el permiso de cerrar la ventana, etc.

Austin distingue tres tipos de actos (Austin, 1970:107-108):

1. Acto locucionario: la enunciación de una oración con un sentido y referencia determinados;
2. Acto ilocucionario: el que, al enunciar una oración, hace una declaración, una oferta, una promesa, etc., en virtud de la fuerza convencional con él asociada (o con sus paráfrasis performativa explícita);
3. Acto perlocucionario: el hecho de ocasionar efectos en la audiencia por medio de la enunciación de una oración, siendo tales efectos específicos de las circunstancias de enunciación.

Cabe añadir que por esta época, la de los sesenta, la semántica tomó pie y comenzó a considerarse imprescindible para comprender la naturaleza de la lengua, investigadores como Lakoff y Fillmore fueron esenciales. Así como la Pragmática que irrumpe en el panorama de la Lingüística y que analiza cómo los hablantes producen e interpretan enunciados en contexto, tomando en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje como los interlocutores, la intención comunicativa, el contexto o el conocimiento del mundo (Melero, 2000:83)

La creación de la Comunidad Europea (1957) favoreció el interés por el aprendizaje lingüístico para hablar las lenguas de los estados miembro, además de impulsar la búsqueda de nuevos sistemas para la enseñanza/aprendizaje. En los años setenta el Consejo de Europa encargó a un grupo de expertos el establecimiento de un marco de referencia europeo en el ámbito de la enseñanza de lenguas a adultos, con el objetivo de hacer accesible a toda la población la enseñanza de la LE y fomentar la comprensión, cooperación y movilidad de los europeos. El resultado de estos trabajos fue la publicación en 1975 de *Threshold Level* realizado por Van EK, y el *Nivel Umbral* de P. J. Slagter (1979). Aunque las aportaciones más novedosas no se harán hasta 1990 cuando Van Ek y Trim publican una nueva versión del *Threshold Level* en el que incorporan, además, las estrategias discursivas, el componente sociocultural, tema central de nuestro trabajo, además del concepto de “aprender a aprender”, la

organización del discurso y el control de la comunicación. Colocando por primera vez al alumno en el centro del aprendizaje, y dejando de lado la vieja creencia de sujeto pasivo que aprendía imitando o repitiendo estructuras.

Por lo que al ELE se refiere, el primer manual que sigue este enfoque es “Entre Nosotros” de Sánchez y Matilla (1982). Dos años más tarde se publicaría “Para empezar”, Equipo Pragma que toma como referencia el nivel Umbral.

Los principios sobre los que se basa la enseñanza comunicativa de la lengua son (Melero: 2000,86):

- La enseñanza en el aula está basada en el uso de la lengua, para poder usarla en situaciones comunicativas de la vida cotidiana. Recoge del Audiolingualismo/Enfoque Situacional el concepto de situación, la introducción de la gramática y el léxico a través de diálogos y la utilización de muestras reales de lengua. El objetivo fundamental de este enfoque es que el alumno desarrolle las cuatro destrezas lingüísticas de la LE. Este está patente en los textos y temas de los manuales, el tipo de ejercicios y la progresión, entre otros.
- Y el segundo principio, y no por ello menos importante es el uso de la lengua en situaciones reales; de esta manera se da por primera vez más importancia al procedimiento que al contenido. A estos dos principios seguirán aportaciones posteriores fundamentales como son la centralidad del alumno y los estilos de aprendizaje.

En los años 80 aparece el Enfoque por Tareas, cuyo objetivo es la comunicación real y que la lengua tenga sentido. Para algunos de sus seguidores (Willis, 1996) es la consecuencia lógica del enfoque comunicativo, ya que se basa en principios comunes.

Lo que se busca con este enfoque es integrar objetivos, contenidos, metodología y evaluación.

La enseñanza basada en tareas se inspira principalmente en una teoría del aprendizaje y no en una teoría de la lengua, aunque hay varias teorías que subyacen en ella como que la lengua es un medio para crear un significado; los modelos de lengua que se emplean son múltiples; las unidades léxicas son esenciales en el aprendizaje de la LE y, por último, la conversación es la prioridad fundamental, de ahí que en la mayoría de las tareas esté presente la conversación (Richards y Rodgers, 2014: 219)

La forma de plantear las lecciones es a través de tareas, proyectos y simulaciones. La diferencia entre tarea y proyecto es para Martín Peris (1999:31) que el proyecto es más extenso que la tarea. La simulación, en cambio, es una técnica de trabajo donde adquiere gran importancia la creatividad, los juegos de rol y la búsqueda de ideas.

Los primeros manuales de ELE de este enfoque son *Gente 1* (1997), ed. Difusión y *Planeta*, ed. Edelsa (1998). Tras los que han seguido un sinfín de manuales aún muy presentes hoy en día.



Capítulo 4: La enseñanza del español con fines profesionales: el español del turismo

Aunque la enseñanza de lenguas extranjeras con fines específicos está documentada entre los sumerios, egipcios, griegos y romanos como afirma Sánchez Pérez (1992:11), no será hasta el siglo XX, concretamente tras la Segunda Guerra Mundial, cuando comience a cuajar en paralelo con la enseñanza de lenguas de carácter generalista.

Concretamente, la enseñanza de lenguas con fines utilitaristas surgió en los años sesenta en el seno de la lengua inglesa bajo la denominación English for Specific Purposes (ESP) y fue definida por Hutchinson y Waters (1987:21) *como el enfoque de la enseñanza de lenguas que tiene como meta satisfacer las necesidades de comunicación de un grupo específico de aprendices.*

Al principio no fue bien vista por muchos lingüistas ya que se le achacó falta de marco teórico, modelos de análisis y metodología propia. Pese a estas críticas iniciales, más tarde, ha comenzado a brillar con luz propia, abriendo líneas de investigación y perspectivas que han influido en la enseñanza generalista de la lengua (Aguirre, 2004: 1111).

Los factores que contribuyeron a su difusión son en buena parte económicos, y que van unidos a la consideración del inglés como lengua de comunicación internacional, la lengua de los vencedores, EEUU e Inglaterra. Tras la contienda se produjo una etapa de expansión económica, científica y técnica sin igual y para ello se requería una lengua franca de comunicación. Y ello unido a las importantes investigaciones de las ciencias del lenguaje que favorecieron la aplicación de nuevos enfoques que desarrollaron la comunicación en campos académicos y profesionales.

Las clasificaciones de fines específicos que surgieron y que siguen vigentes en la actualidad son los siguientes:

- ESP (English for Specific Purposes).
- EAP (English for Academic Purposes).
- EST (English for Science & Technology).
- EOP (English for Occupational Purposes).

La enseñanza de este enfoque ha pasado por varias etapas que varían dependiendo del país y de la lengua. Hutchinson y Waters (1987:9) distinguen cinco etapas:

- a) Primera etapa (años sesenta): Está centrada en el concepto de lenguas especiales. La enseñanza se basaba en los rasgos gramaticales y el léxico de la lengua de especialidad, pero en realidad los estudios realizados demostraron que no había formas gramaticales características que no estuvieran presentes en la lengua general. Los autores representativos de esta época fueron: Streens (1964), Hallyday y McIntosh (1964), Ewer, Ever y Latorre (1969) y Swales (1971).
- b) Segunda etapa (años setenta): Esta fase se caracteriza por el análisis retórico del discurso ya que se pensaba que los problemas de comunicación de los alumnos se debían a la falta de familiarización con la lengua inglesa, por lo que se buscaba saber cómo se usaban las oraciones en el acto comunicativo, de ahí que se trabajara en el aula con modelos de textos y marcadores textuales.
- c) Tercera etapa (principios de los años ochenta): Es una fase muy importante ya que supuso la sistematización de la enseñanza en la que se tenían en cuenta las necesidades de aprendizaje de los alumnos que se convertían en el centro de atención. Asimismo se comenzaron a tratar cuestiones tan importantes como la metodología y su relación con las teorías pedagógicas. Estos planteamientos dieron lugar a que se adoptara el currículo.
- d) Cuarta etapa (década de los ochenta): Se trabaja sobre todo con las destrezas y estrategias de comprensión lectora y auditiva, que permiten que los alumnos logren los objetivos de comunicación. Los autores más representativos de esta etapa se ocuparon sobre todo de la comprensión lectora entre ellos resaltan Grellet (1981), Nuttal (1982), Alderson y Urquarth (1984).
- e) Quinta etapa en la que se da importancia sobre todo a la metodología y la manera de aprender por lo que Hutchinson y Waters proponen un enfoque que se fundamente en las teorías del aprendizaje (1987:9).

En las investigaciones de la enseñanza de LFE, usando siempre como referencia el inglés, se pueden distinguir dos líneas de investigación (Aguirre, 2004:1114) una dentro de la lingüística oracional, que tiene como objetivo la competencia lingüística; y la otra, dentro de la Pragmática o lingüística supraoracional, que busca el desarrollo de la competencia comunicativa o discursiva. Sobre todo esta última es la que ha influido

mayormente en la enseñanza de la LFE, ya que propone un análisis de la lengua en acción.

Otra característica de las LFE que señalan Aguirre, Sánchez y Santos (2012:16) es la forma como se define la finalidad y la manera en que se resuelve la práctica. Es decir la diferencia entre formación y educación (Widdowson, 1983:5-7) o sea entre metas y objetivos. La enseñanza de lenguas con fines específicos se plantea para qué se necesita la lengua y a partir de ahí se diseña el curso para satisfacer las necesidades del alumnado de modo que este pueda desarrollar una competencia restringida para que los estudiantes sepan desenvolverse en determinados contextos y realizar tareas netamente definidas de antemano.

Por lo que respecta a la enseñanza-aprendizaje del español con fines específicos (EFE), Aguirre, Sánchez y Santos (2012:16) la definen como “un enfoque basado en la comunicación y orientado a la consecución de una determinada competencia comunicativa, que tiene como propósito mejorar la capacidad de comprensión, expresión, interacción o mediación que se requiere para desenvolverse en un determinado ámbito académico o profesional”. Su origen resulta difícil de establecer con exactitud, aunque Aguirre lo sitúa en los años ochenta (2004: 1113), sobre todo el español comercial que demandaban en buena parte universidades, cámaras de comercio, etc. Esta coyuntura fue favorecida con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea (1986) y la celebración del V Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada, en 1987, cuyo tema central era la enseñanza de lenguas con fines específicos en España (sobre todo inglés) y donde se buscaba un modelo para la enseñanza del español. Pero será en los años noventa cuando se produciría un gran incremento tanto en la enseñanza como en la investigación y producción de materiales.

4.1 El español del turismo

Es un lenguaje heterogéneo en el que se mezclan componentes muy dispares de economía, geografía, historia del arte, gastronomía, etc., por lo que se escapa a todo intento de clasificación rigurosa (Calvi, 2006:7). De ahí que se trate de un sector con carácter propio, que ha desarrollado un lenguaje dotado de una fisonomía particular, que debe ser abordado desde una perspectiva pragmático-discursiva (Calvi, 2006:7), es



decir, a través de las situaciones comunicativas en las que se emplea. Asimismo, se trata de una LFE que se ha instalado en las relaciones internacionales ya que el turismo es uno de los principales motores de la economía de muchos países, entre los que se encuentra España²⁴. De este modo, ha aumentado el interés por el estudio de esta LFE, sobre todo a partir de los años noventa, como lo demuestra la proliferación de grados en muchas universidades internacionales, trabajos de investigación y nuevas publicaciones que, aunque por el momento no son suficientes para hacer frente a la demanda, confiamos en que proliferen en un futuro próximo.

Es indudable que hay que afrontar el español del turismo desde un enfoque interdisciplinar ya que se nutre de diferentes ramas del conocimiento, como la Historia, el Arte, los estudios comerciales, etc. Asimismo, el perfil del alumno en el que se centra la enseñanza es el del profesional del turismo que necesita desarrollar unas competencias comunicativas para poder desenvolverse en diferentes contextos laborales, como la recepción de un hotel, la agencia de viajes o el guía turístico, entre otros. También se ha de tener en cuenta que existen bastantes tipos de turismo: cultural, termal, de sol y playa, de diversión temática, lingüístico, sostenible, enogastronómico, etc., por lo que las salidas laborales de estos profesionales son muchas y muy variadas (Pinilla, 2012:182).

Si bien es cierto que presenta variedades lingüísticas que no se alejan de la lengua estándar, salvo en algunos casos específicos, lo que le confiere ese carácter de especialidad es la instrumentalidad en situaciones comunicativas profesionales concretas, en las que el alumno se forma para intervenir correcta y adecuadamente de acuerdo con las características del contexto: interlocutores, tema, canal de comunicación expectativas, etc. (Pinilla, 2012:184)

Un aspecto importante del español de turismo como señala Calvi (2006:13-14) es la creación de producciones textuales específicas y la formación terminológica. Esta autora distingue tres niveles de especialización en el léxico asociado al turismo (Calvi, 2000):

²⁴ España lidera a finales de 2014 la tercera posición en el ranking mundial de destinos turísticos según la OMT (Organización Mundial del Turismo). El ejercicio de 2014 se cerró con 64 millones de visitantes internacionales.

- El núcleo más específico comprende términos técnicos relativos a las organizaciones turísticas (agencias de viajes, tour operadores, etc), a los servicios (reservas, traslados, etc.) y a los aspectos profesionales (operadores, etc.). En este sector abundan los anglicismos, las siglas, fórmulas, etc. para agilizar la información.
- Otro grupo de términos procedentes de diferentes sectores (economía, geografía, transporte, etc.), pero que adquiere un significado turístico y entra a formar parte de su léxico. Pese a que todos los términos del transporte se pueden englobar dentro del turismo, algunos sí son reconocibles en su ámbito como *tránsfer*, *chárter*, etc.
- Por último, palabras que pertenecen a la lengua turística solo a nivel de contexto de uso o relaciones textuales fuera de las cuales pierden su peculiaridad. Como pueden ser los términos de historia del arte o del ámbito de la geografía, muy frecuentes en los textos del sector, pero que no son términos exclusivos del turismo.

Otras de las características del léxico del turismo, como señala Pinilla (2012:187), es la presencia de extranjerismos, en buena parte procedentes del inglés como *overbooking*, *clase business*, *cash*, *forfait*, *duty free*, *resort*, *bed and breakfast*, etc.

Desde el punto de vista pragmalingüístico, Monero y Tuts (2004:1194) señalan algunos rasgos característicos del español del turismo relacionados con el género discursivo (guías turísticas, anuncios, anuncios publicitarios, folletos, catálogos, etc.) y con la orientación hacia el interlocutor, o sea, a quién va dirigido (el tipo de turista, etc.):

- Uso del nosotros para aumentar la sensación de participación.
- Uso de deícticos de proximidad con el mismo fin.
- Uso de formas exhortativas para enfatizar la persuasión.
- Uso de formas de tratamiento adecuadas al interlocutor para evitar fallos en la distancia social.
- Manejo adecuado de las máximas conversacionales de Grice: que la información sea adecuada al grupo, que esa información sea verdadera y relevante, y que el modo de exponerla sea interesante y no contribuya a la creación o perpetuación de estereotipos negativos.

4.1.2 Diseño de los cursos del ET

A la hora de programar un curso de español del turismo es necesario ajustarse a las necesidades específicas de los alumnos tanto funcionales (dependiendo de las funciones que desempeñen tendrán una u otra necesidad lingüística), como pragmáticas y discursivas.

Aguirre (1998:17) sintetiza las necesidades de comunicación en el ámbito de las LFE de la siguiente manera:

Lengua (estructura, funciones, nociones, niveles), interlocutores (colegas, académicos, clientes, autoridades, empresarios, trabajadores) temas (investigación científica, contratación, bienes de consumo), marco de actuación (congresos, organismos oficiales, empresas de exportación), canal (escrito, presencial, teléfono, videoconferencia) tareas o actividades (presentar productos, tomar notas en una conferencia, redactar o leer informes técnicos), tpos y géneros de textos (documentos específicos, cartas, faxes, acuerdos entre empresas).

Moreno y Tuts (2004:1195) señalan siete pautas a seguir derivadas del análisis de necesidades:

1. Poner en relación los conocimientos previos del alumnado –su región, sus costumbres– con lo que se va a enseñar.
2. Centrarse en situaciones concretas con sus recursos adecuados.
3. Valerse de dramatizaciones o simulaciones, tanto para la práctica oral como para la escrita.
4. Primar el aprender *haciendo*.
5. Integrar destrezas destacándolas en función del sector en el que se vaya a trabajar.
6. Trabajar la gramática y el vocabulario en el contexto de las situaciones.
7. Presentar modelos de lengua que correspondan con el tipo de público al que se va a dirigir el futuro profesional: visitantes, proveedores, colegas de trabajo, etcétera.

Tras el análisis de necesidades es necesario elegir la metodología adecuada al grupo de alumnos. Como es bien sabido no existe enfoque metodológico mejor o peor, ya que lo importante es usar el más adecuado a las necesidades de los estudiantes.

Para Pinilla (2012:189), el eje vertebrador de un curso de turismo ha de ser las funciones comunicativas, puesto que son el núcleo en torno al cual giran las situaciones comunicativas. Para que el alumnado desarrolle la competencia comunicativa es necesario que se haga a través de la práctica auténtica que suponen las actividades de lengua. Igualmente se debe tener en cuenta el componente sociocultural e las habilidades interculturales que deben desarrollar los profesionales del turismo, como guías turísticos, guías de ruta, animadores socioculturales, etc. Perfiles todos que requieren un contacto con el público, por lo que tendrán que hacer una labor de mediadores culturales para evitar que se den malos entendidos y situaciones molestas. De ahí la importancia de programar actividades en el aula que potencien esta habilidad. Es fundamental que los alumnos tengan *unas cualidades innatas para el trato con la gente y para resolver situaciones que no siempre se pueden aprender en un manual* (Moreno y Tust, 1998:77). Asimismo, estas autoras, destacan la importancia de proponer actividades para que los alumnos resuelvan casos prácticos en los que es necesaria la labor de mediación.

Otra cuestión importante a la hora de programar es tener presente los géneros discursivos del turismo para que los alumnos puedan interpretar y producir correctamente estas tipologías textuales. Según Calvi (2010), los tipos de texto más habituales del turismo son:

- Catálogos de viajes.
- Anuncios y folletos publicitarios (impresos y electrónicos).
- Páginas web divulgativas y comerciales, foros temáticos, blogs, etc.
- Artículos y reportajes publicados en las secciones correspondientes de los medios de comunicación.
- Revistas especializadas.
- Traducciones turísticas y libros de viajes.
- Facturas, billetes, reservas, contratos, reclamaciones, dossier de viaje y todo tipo de textos con los que se gestiona la organización del viaje.

- En el ámbito de la comunicación entre especialistas, informes de agencia, documentos internos de trabajo en las agencias de viaje y los touroperadores (fichas, faxes, cartas, etc.).

Una vez decidida la programación será necesario crear las actividades a través de las cuales el estudiante desarrollará los diferentes contenidos funcionales, lingüísticos, pragmáticos y discursivos dentro de un contexto significativo.

Son numerosas las aportaciones prácticas de profesores y autores de materiales didácticos sobre cómo elaborar actividades en las que subyace una u otra metodología. Por lo tanto, la primera reflexión que es necesario hacer a la hora de diseñar una actividad es decantarse por una orientación metodológica que la sustente.

Compartimos con Álvarez (2005) que la enseñanza mediante tareas es una de las propuestas que mejor responde a la enseñanza-aprendizaje del español del turismo. Otras autoras, como Moreno y Tuts, optan en los distintos materiales publicados de los que nos ocuparemos en el próximo capítulo por una metodología situacional, contextual e interactiva, o sea, que parten de las situaciones comunicativas en las que se tendrán que desenvolver los profesionales del turismo y a partir de ellas diseñan las actividades. De todas formas lo importante es que se desarrolle la competencia comunicativa del estudiante mediante actividades de comprensión, expresión e interacción tanto en el canal oral como en el escrito, y que se acerque al alumno al apasionante mundo del turismo no solo como profesional sino como hablante interesado por conocer cómo funciona uno de los lenguajes específicos que más cerca está de nuestra realidad cotidiana (Pinilla, 2012:200).

Capítulo 5: Análisis de un corpus de materiales del español del turismo publicados en España e Italia de 1994 a 2012

En este capítulo nos ocuparemos del análisis de un corpus de materiales del español del turismo (MET).

5.1 El paradigma de investigación

Para poder realizar el análisis del corpus de los MET hemos decidido emplear un método exploratorio-cualitativo-interpretativo, que es una de las formas mixtas de paradigma de investigación que describe Grotjahn (1987). Su principal característica es su diseño no experimental, trabajo con datos cuantitativos y análisis interpretativo de los mismos.

En dicha investigación vamos a utilizar una tabla donde colocaremos un modelo de variables que nos ayudarán a analizar y, a su vez, codificar los resultados.

Se ha elegido un método cualitativo porque creemos que nuestra investigación no se debe basar solo y exclusivamente en datos estadísticos sino que estos serán uno de los instrumentos – no los únicos– que emplearemos para poder responder a las siguientes preguntas que nos planteamos:

- Los MET, ¿permiten desarrollar las competencias culturales?
- La selección de temas, la metodología y las características de los materiales, ¿siguen las directrices del MCER y PCIC?
- ¿Qué temas han de estar presentes en los MET para desarrollar las competencias culturales: sociolingüística, socicultural, intercultural y pluricultural?

5.2 Técnicas de trabajo

En dicha investigación se seguirán los pasos que, a continuación, pasamos a enumerar:

- Elaboración de una plantilla (en EXCEL 2010) para poder ver en qué medida están presentes los conocimientos y habilidades sugeridas por el *MCER* y el

PCIC por lo que se refiere a los conocimientos socioculturales, referentes culturales y habilidades y actitudes interculturales en general en los MET, y si efectivamente, permiten desarrollar las competencias culturales²⁵.

- Aplicación de instrumentos y estudios estadísticos. Una vez elaborada la plantilla pasaremos a una selección de muestras, con el fin de obtener una propuesta representativa y a su vez un número de registros abarcable; para ello hemos decidido tomar dos lecciones por libro, una de la primera mitad y otra de la segunda (que representan momentos distintos del aprendizaje del ELE), de forma que el resultado garantice el máximo de objetividad en la asignación de variables de cada categoría, para acto seguido pasar a la interpretación de los datos obtenidos.

Hemos decidido elaborar una ficha de análisis para poder realizar un estudio detallado del tipo de MET con el que cuentan tanto profesores como alumnos, pero antes de nada quisiéramos aclarar que nuestra intención es intentar discernir cuándo o en qué grupos podría ser más útil el manual. Y esto máxime tratándose de materiales que se han publicado en un lapso de tiempo de casi diez años en el que tantos cambios se han aportado a la enseñanza de idiomas en general y en concreto al ELE, por lo que lo tendremos que tener en cuenta. Asimismo, creemos que resulta muy complejo el proceso de elaboración de material para la enseñanza del ET ya que se trata de un sector minoritario con una distribución editorial bastante reducida, además las necesidades de los alumnos pueden ser muy distintas dependiendo del perfil profesional que necesiten. La ficha será utilizada en el corpus elegido, los catorce MET publicados tanto en España como en Italia de 1994-2010, con el fin de comprobar su fiabilidad y posible utilización en el resto de materiales de este tipo en futuras investigaciones. Asimismo, se pretende examinar las características de dichos materiales, tomando como referencia el *MCER*, el *PCIC* y el enfoque comunicativo desde una perspectiva holística.

Por lo que se refiere a la elaboración de la ficha de análisis, hemos empleado, aportando solo algunos pequeños cambios, la propuesta por M^a del Carmen Fernández (2004:731), ya que nos parece la más adecuada por su estructura y claridad para el tipo de análisis

²⁵Usaremos competencias culturales para referirnos en general y a modo de resumen a todas las competencias que están relacionadas con la cultura, o sea, sociolingüística, sociocultural, intercultural y pluricultural.

del que nos vamos a ocupar. Para que resulte más fácil e ilustrativo se ha realizado la ficha en Excel para poder presentar gráficos representativos de cada uno de los temas de análisis.

La ficha está dividida en los siguientes apartados:

Descripción Externa del Material	
Título	
Autor/es	
Nº de páginas	
Datos bibliográficos	
Nivel	
Material (impreso/sonoro/visual/multimedia)	
Descripción Interna del Material	
Objetivos	
Destinatario	
Destrezas de la comunicación	
Destrezas de aprendizaje	
Organización del material	
Organización de cada unidad	
Análisis del Material	
Contenidos comunicativos	
Contenidos lingüísticos	
Contenidos culturales	
Orientación cultural	
Observaciones	

La ficha en cuestión consta de cuatro partes, como se puede observar. En la primera se detallan los datos que aparecen en la portada y contraportada del material: el título, el autor o autores, los datos bibliográficos, el material del cual consta (sonoro, visual, multimedia, impreso como el libro del profesor, las claves de los ejercicios, etc.). En la segunda parte, en cambio, se detalla la descripción interna del material y para ello nos

basaremos en buena parte en los comentarios realizados por los autores y presentaciones en los que suele aparecer de forma más o menos implícita: los objetivos; las destrezas tanto de comunicación que en la mayoría de los casos suelen ser integradas, como de aprendizaje; los destinatarios, es decir si está dirigido a un público adulto, joven, profesional, etc.; la organización del material, si está dividido en unidades, módulos, situaciones comunicativas, etc. Además si tiene claves, glosarios, apéndices, etc.; la organización de la unidad, si siguen todas la misma estructura o no.

En la tercera parte nos ocupamos de los contenidos comunicativos, es decir, qué tipos de funciones comunicativas aparecen y cómo se presentan; contenidos lingüísticos, si se trabaja la gramática, el léxico, si hay espacio para la fonética y la ortografía, además del tipo de registro que aparece; y los contenidos culturales, a los que dedicaremos, como es obvio, más espacio.

En cuanto a los contenidos culturales, tema tan extenso y difícil de acotar, hemos decidido dividirlos en dos apartados para hacer más asumible el análisis y poder preparar una ficha de análisis más simple de consultar. En el primero hemos hecho referencia a los contenidos culturales que recoge el MCER y que han aparecido en alguno de los materiales, indicando el tema y el número de veces que se ha encontrado. En el segundo, en cambio, denominado *Contenidos del ET*, hemos recogido los temas típicos del turismo, como viajes, alojamiento, relaciones con clientes, etc.; basándonos en el inventario del PCIC. Igual que en el apartado anterior, por una cuestión de espacio, nos hemos ceñido solo a los que aparecen en los materiales.

Por último, en el apartado dedicado a las observaciones indicaremos los aspectos que no han tenido cabida en las secciones anteriores. Además, en este se podrá aportar sugerencias sobre el nivel, el tipo de alumnado y las observaciones, en general, que puedan ser útiles para una mejor utilización del material.

Por lo que se refiere al valor atribuido a cada descriptor, se ha seguido un sistema cuantitativo, es decir, se ha contado el número de veces que ha aparecido en las unidades de muestra elegidas como se puede comprobar en las fichas presentes en los anexos.

De manera que con estos valores podremos contrastar y cuantificar los datos que nos hemos propuesto examinar en los materiales del corpus.

La ficha resultante es la siguiente:

Título:		Nivel:	
Autores		Nº de páginas:	
Fecha y lugar de publicación:		Material: impreso/sonoro/visual/multimedia/mixto	
Editorial:			
<p>Objetivos</p> <p>Destinatario</p> <p>Destrezas de la comunicación</p> <p>Comprensión auditiva</p> <p>Comprensión lectora</p> <p>Expresión oral</p> <p>Expresión escrita</p> <p>Interacción oral</p> <p>Destrezas integradas</p> <p>Destrezas del aprendizaje</p> <p>Negoc. Objetivos</p> <p>Negoc. Contenidos</p> <p>Neg. Procedimientos</p> <p>Autoevaluación</p> <p>Agente</p> <p>Individual</p> <p>Pareja</p> <p>Pequeño grupo</p> <p>clase entera</p> <p>Organización del material</p> <p>Organización de la unidad</p> <p>Contenidos comunicativos</p> <p>Noción/Función</p> <p>Contenidos lingüísticos</p> <p>Gramática</p> <p>Vocabulario</p> <p>Fonética</p> <p>Grafía</p> <p>Registros</p>	<p>Contenidos socioculturales</p> <p>Vida diaria</p> <p>comida y bebida, horas de comida, modales en la mesa</p> <p>Días festivos</p> <p>Horas y prácticas de trabajo</p> <p>Actividades de ocio</p> <p>Las condiciones de vida</p> <p>Niveles de vida (variaciones regionales, sociales y culturales)</p> <p>Condiciones de la vivienda</p> <p>Medidas y acuerdos de asistencia social</p> <p>Las relaciones personales (incluso relaciones de poder y solidaridad)</p> <p>Estructura social y relaciones entre sus miembros</p> <p>Relaciones entre sexos</p> <p>Estructuras y relaciones familiares</p> <p>Relaciones entre generaciones</p> <p>Relaciones en situaciones de trabajo</p> <p>Relaciones con la autoridad, con la Administración...</p> <p>Relaciones de raza y comunidad</p> <p>Relaciones entre grupos políticos y religiosos</p> <p>Valores, creencias, actitudes respecto a factores como:</p> <p>clase social</p> <p>grupos profesionales</p> <p>Riqueza</p> <p>culturas regionales</p> <p>Seguridad</p> <p>Instituciones</p> <p>Tradición y cambio social</p> <p>Países, estados y pueblos extranjeros</p> <p>Política</p> <p>Religión</p> <p>Humor</p> <p>El lenguaje corporal</p> <p>Gestos</p> <p>Acciones paralingüísticas</p>	<p>Otros contenidos</p> <p>Servicios</p> <p>Transportes</p> <p>Estereotipos</p> <p>Arte y arquitectura</p> <p>Productos y creaciones culturales</p> <p>Ámbito profesional</p> <p>Relaciones con clientes/compañeros</p> <p>Geografía, naturaleza y clima</p> <p>Organización política</p> <p>Características de las CCAA y lenguas</p> <p>Historia</p> <p>Economía e industria</p> <p>Metas turísticas</p> <p>Turismo</p> <p>Restauración</p> <p>Alojamientos</p> <p>Agradecimientos</p> <p>Reclamaciones y quejas</p> <p>Orientación cultural</p> <p>Monocultural</p> <p>Multicultural</p> <p>Intercultural</p>	

	<p>Convenciones sociales</p> <p>Puntualidad</p> <p>Regalos</p> <p>Vestidos</p> <p>aperitivos, bebidas, comidas</p> <p>Duración de la estancia</p> <p>Despedida</p> <p>Comportamiento ritual</p> <p>Ceremonias y prácticas religiosas</p> <p>Nacimiento, matrimonio y muerte</p> <p>Comportamiento del público en representaciones y ceremonias</p> <p>Celebraciones, festividades, bailes, etc.</p> <p>convenciones y tabúes del comportam. Y conversac.</p> <p>Duración de la estancia</p> <p>Despedida</p> <p>Comportamiento ritual</p> <p>Ceremonias y prácticas religiosas</p> <p>Nacimiento, matrimonio y muerte</p> <p>Comportamiento del público en representaciones y ceremonias</p> <p>Celebraciones, festividades, bailes, etc.</p>	
--	--	--

5.3 Corpus de datos

5.3.1 Materiales del español del turismo publicados en España e Italia desde 1994 a 2012

La enseñanza del español crece de forma exponencial, de hecho son innumerables los manuales de ELE que se publican anualmente tanto en España como en Italia (país en el centraremos posteriormente nuestra investigación por ser el lugar en el que desempeñamos nuestra práctica docente, y que conocemos mejor). Pero habrá que esperar a los años 90 para que se comiencen a publicar los primeros MET dentro del ámbito del ELE.

Hemos decidido incluir todos los MET de los que tenemos conocimiento, publicados hasta 2012 tanto en España como en Italia para poder dar mayor validez al presente trabajo y poder, de esta manea, aportar datos lo más reales posible, que puedan arrojar

luz y que sean de utilidad a todos los profesionales del sector a la hora de elegir el material más adecuado en cada situación.

El corpus que presentamos está formado por 11 manuales y 4 materiales complementarios para la enseñanza/aprendizaje del ET, con el deseo de que su análisis arroje información clara al estado de la cuestión y sirva como línea guía para la preparación de futuras publicaciones en este ámbito.

A continuación, pasamos a la presentación del corpus del que comenzaremos con un breve comentario descriptivo a modo de introducción según el siguiente esquema:

- Soporte:
 - Impreso
 - Audiovisual
- Tipo de material
- Nivel
- Ámbito cultural:
 - España
 - Hispanoamérica
 - Mixto
 - Lugar de publicación
 - Fecha de publicación

Soporte: impreso		
Tipo de material: material complementario		
Lugar de publicación: Italia		
ÁMBITO CULTURAL		
ESPAÑA	HISPANOAMÉRICA	MIXTO

		<p><i>Amigo Viajero</i>, MARIA VITTORIA CALVI, NICELDA PROVOSTE,(2002), (cuaderno de español para el turismo), Zanichelli, Bolonia. Cuaderno de ejercicios de nivel elemental-intermedio que surge como complemento a un curso de lengua para profundizar en el léxico del turismo.</p> <p><i>Lenguajes en contacto</i>, FORIANA DIGESÚ, CHIARA SINATRA, (2005), Palumbo, Palermo. Según consta en la presentación del libro se pretende reflexionar sobre la necesidad de aprender y enseñar lenguajes específicos, además de proponer un modelo para la explotación de cualquier texto jurídico-administrativo y turístico.</p>
--	--	---

Soporte: Vídeo		
Tipo de material: material complementario		
Lugar de publicación: España		
ÁMBITO CULTURAL		
ESPAÑA	HISPANOAMÉRICA	MIXTO
<i>Un paseo por España (1)</i> , JAIME CORPAS, (2000), Difusión, Barcelona. Conjunto de vídeos sobre varias comunidades autónomas, junto con una guía didáctica para su explotación.	<i>Un paseo por Venezuela</i> , JORGE CABRERA, (2001), Difusión, Barcelona. Conjunto de vídeos sobre Venezuela, acompañado de guía didáctica.	

Soporte: impreso		
Tipo de material: manual		
Lugar de publicación: Italia		
ÁMBITO CULTURAL		
ESPAÑA	HISPANOAMÉRICA	MIXTO
<p><i>¡Buen Viaje!</i>, Laura Pierozzi, (2007), Zanichelli, Bolonia. Dirigido a estudiantes italianos que han alcanzado un nivel A2 de ELE y que desean profundizar en el conocimiento lingüístico en ámbito turístico.</p>	<p><i>¡En su punto!</i>, Susana Orozco, Giada Riccobono, (2008), Milán, Hoepli. Dirigido a estudiantes de Institutos Técnicos de servicio de restauración, sectores de cocina y sala-bar. Se presupone un conocimiento de ELE de base ya que el texto pretende profundizar en el léxico de especialidad y las funciones comunicativas necesarias en dicho sector.</p>	<p><i>Turismo y más, curso de español para el turismo</i>, Maria d'Ascanio, Antonella Fasoli, Salvador Peláez Santamaría, María Trinidad Uterera Pérez, (2012), Clitt, Roma.</p> <p>Dirigido a estudiantes de Bachillerato con un nivel de lengua B1 que quieran profundizar en el conocimiento lingüístico y cultural en el ámbito turístico para alcanzar un nivel B2.</p>
Soporte: impreso		
Tipo de material: manual		
Lugar de publicación: España		
ÁMBITO CULTURAL		
ESPAÑA	HISPANOAMÉRICA	MIXTO
<p><i>El español por profesiones: Servicios Turísticos</i>, Blanca Aguirre, (1994), SGEL, Madrid. Dirigido a alumnos que poseen un conocimiento básico de ELE y que desean profundizar en su aprendizaje en el ámbito turístico.</p>		<p><i>El español en el hotel</i>, CONCHA MORENO, MARTINA TUTS, (1999), SGEL, Madrid. Dirigido a alumnos o futuros profesionales del turismo con un nivel intermedio de ELE.</p> <p><i>Bienvenidos 1: Español para profesionales/turismo y hostelería</i>, MARGARITA GODED, RAQUEL VALERA,</p>

		<p>(2004), Enclave/ELE, Madrid. Libro del alumno+cuaderno de ejercicios. Dirigido a principiantes o falsos principiantes que deseen tratar aspectos relativos al mundo del turismo y la hostelería.</p> <p><i>Temas de turismo: Manual para la preparación del certificado superior del turismo de la cámara de comercio de Madrid</i>, CARMEN ROSADA DE JUAN ET AL.(2006), Edinumen, Madrid</p> <p><i>Bienvenidos 2: español para profesionales/turismo y hostelería</i>, MARGARITA GODED ET AL, (2007), enCLAVE, ELE, Madrid. Libro del alumno+cuaderno de ejercicios, dirigido a principiantes o falsos principiantes.</p> <p><i>Bienvenidos 3: español para profesionales/turismo y hostelería</i>, Raquel Valera, Sara Robles, (2010), enCLAVE/ELE, Madrid. Libro del alumno. Nivel B2-C1</p> <p><i>Cinco estrellas</i>, CONCHA MORENO, MARTINA TUTS, (2009), SGEL, Madrid. Manual dirigido a alumnos de un nivel A2. Recoge el trabajo iniciado en “EN EL HOTEL”.</p>
--	--	---

5.3.2 Objetivos y justificación del corpus seleccionado

Como se puede ver en la presentación, hasta el momento no hay una gran cantidad de manuales del ET, además algunos de ellos no han sido actualizados, y se trata en algunos casos, como veremos más adelante de reelaboraciones de material existente. Por otro lado, es algo comprensible tratándose de un ámbito con menos demanda respecto a la enseñanza del ELE en general, pero creemos que aún así actualmente ha aumentado el interés, como lo demuestra la proliferación de cursos y licenciaturas dedicadas al turismo surgidos en los últimos años en Italia, que no han ido

acompañados de la publicación de nuevos materiales que enriquezcan la enseñanza de esta microlengua.

Por este motivo hemos decidido tener presente prácticamente todos los manuales impresos hasta 2012 tanto en Italia como en España; en cambio, por lo que se refiere al material complementario, concretamente en soporte vídeo publicado por la editorial Difusión hemos optado, dado que son materiales con las mismas características, elegir – para poder comparar con la mayor objetividad posible y ofrecer una mayor variedad–, solo dos de la serie de “Un paseo por...”. Concretamente una cinta de vídeo dedicado a España junto con su guía didáctica: *Un paseo por España 1*, y otra dedicado a América Latina: *Un paseo por Venezuela*.

El objetivo del presente trabajo es analizar el corpus de los MET existente hasta el momento y comprobar si permite desarrollar las competencias culturales. Asimismo, nos gustaría aclarar que nuestra finalidad no es la de criticar los MET sino que intentaremos aportar, en la medida de lo posible, las herramientas necesarias para que el profesor o el alumno pueda elegir el material más adecuado y sea consciente de las eventuales carencias para poderlas suplirlas.

5.3.3. Listado del corpus seleccionado

Soporte: impreso	Soporte: vídeo
<p>MATERIAL 1</p> <p><i>El español por profesiones: Servicios Turísticos</i>, Blanca Aguirre,(1994), SGEL, Madrid.</p>	<p>MATERIAL 14</p> <p><i>Un paseo por España (1)</i>, JAIME CORPAS,(2000), Difusión, Barcelona.</p>
<p>MATERIAL 2</p> <p><i>El español en el hotel</i>, CONCHA MORENO, MARTINA TUTS, (1999), SGEL, Madrid.</p>	<p>MATERIAL 15</p> <p><i>Un paseo por Venezuela</i>, JORGE CABRERA, (2001), Difusión, Barcelona.</p>
<p>MATERIAL 3</p> <p><i>Amigo Viajero</i>, MARIA VITTORIA CALVI, NICELDA PROVOSTE, (2002), (cuaderno de español para el turismo), Zanichelli, Bolonia.</p>	
<p>MATERIAL 4</p> <p>Bienvenidos 1: Español para profesionales/turismo y hostelería, MARGARITA GODED, RAQUEL VALERA, (2004), Enclave/ELE, Madrid. Libro del</p>	

<p>alumno+cuaderno de ejercicios.</p> <p>MATERIAL 5</p> <p><i>Lenguajes en contacto</i>, FORIANA DI GESÚ, CHIARA SINATRA, (2005), Palumbo, Palermo.</p> <p>MATERIAL 6</p> <p><i>Temas de turismo: Manual para la preparación del certificado superior del turismo de la cámara de comercio de Madrid</i>, CARMEN ROSADA DE JUAN ET AL(2006), Edinumen, Madrid.</p> <p>MATERIAL 7</p> <p><i>¡Buen Viaje!</i>, LAURA PIEROZZI,(2007), Zanichelli, Bolonia.</p> <p>MATERIAL 8</p> <p><i>Bienvenidos 2: español para profesionales/turismo y hostelería</i>, MARGARITA GODED ET AL,(2007), enCLAVE, ELE, Madrid. Libro del alumno+cuaderno de ejercicios.</p> <p>MATERIAL 9</p> <p><i>¡En su punto!</i>, Susana Orozco, Giada Riccobno, (2008), Milán, Hoepli.</p> <p>MATERIAL 10</p> <p><i>Cinco estrellas</i>, CONCHA MORENO, MARTINA TUTS, (2009), SGEL, Madrid.</p> <p>MATERIAL 11</p> <p><i>Bienvenidos 3: español para profesionales/turismo y hostelería</i>, Raquel Valera, Sara Robles, (2010), enCLAVE/ELE, Madrid. Libro del alumno.</p> <p>MATERIAL 12</p> <p><i>Hotel.es, Español en el hotel</i>, SGEL, 2011</p> <p>Material 13</p> <p><i>Turismo y más</i>, CLITT, 2012</p>	
--	--

5.3.4 Análisis del corpus de datos

El corpus del que nos vamos a ocupar a continuación está integrado por 13 textos, algunos con su respectivo cuaderno de ejercicios, publicados tanto en España


como en Italia y 2 vídeos con su correspondiente guía didáctica, que pasamos a enumerar siguiendo el siguiente orden: en primer lugar nos ocuparemos de los materiales impresos y por último analizaremos dos vídeos, concretamente sus guías didácticas, de la colección “Un paseo por...” según el orden cronológico de su fecha de publicación.

A continuación, pasaremos al análisis del corpus de los MET seleccionados según la siguiente secuencia:

1. Elaboración de una ficha de análisis de los MET
2. Análisis del corpus seleccionado a partir de la ficha elaborada, cuyos resultados se pueden comprobar en el material presentado al final del presente trabajo.
3. Descripción y análisis de los resultados más significativos de cada material.
4. Análisis comparativo de los resultados obtenidos de los materiales elegidos para nuestro corpus (13 textos y 2 vídeos).

5.4 Descripción de los materiales analizados

MATERIAL 1

FICHA TÉCNICA		
Título	Servicios Turísticos	
Autor	Aguirre Beltrán, Blanca	
Lugar y año	Madrid, 1994	
Nivel	A2/B1	

Ámbito cultural	España
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, turismo, transportes, ámbito profesional, servicios, alojamientos y restauración.

Es el primer MET publicado en España que surge en la década de los 90 para responder a las necesidades de la enseñanza del español con fines específicos, de hecho pertenece a una colección titulada “El español por profesiones”. Tratándose de un manual publicado antes del *MCER*, es obvio que no se tengan en cuenta muchas de las indicaciones recogidas en el mismo, por lo que podemos decir que se ha quedado un tanto obsoleto ya que no se ha actualizado tras más de veinte años de su publicación.

Se podría clasificar como un manual con una metodología comunicativa de primera generación en el se pretende acercar al alumno que tiene un conocimiento previo del LE/LE al mundo del turismo a través fundamentalmente de textos e imágenes en blanco y negro, y cuyo objetivo es desarrollar, tal como consta en su presentación, las necesidades generales de comunicación oral y escrita.

El texto está pensado para ser usado tanto en un curso para alumnos adultos de cualquier nacionalidad, aunque está más dirigido a alumnos europeos si nos fijamos en los glosarios en inglés, francés y alemán, que aparecen al final del texto; o como autodidacta, de ahí que se incluya la clave de las soluciones de los ejercicios propuestos. Su índice está vertebrado en 9 unidades, cuyos contenidos se dividen en dos apartados, por un lado “Temas y situaciones”, en el que se enumeran los temas y situaciones que se tratarán a lo largo de ellas. Y por otro “Actividades”, que es una especie de cajón de sastre donde se entremezclan los exponentes funcionales con las destrezas comunicativas y de aprendizaje, así como el léxico profesional, los temas específicos del sector e incluso los contenidos culturales.

Al final se incluye una sección de consulta en la que a modo de resumen el alumno puede consultar/repasar el léxico presentado en la unidad, las funciones comunicativas que han aparecido en ella, así como un esquema de la gramática descriptiva con breves explicaciones en español y , por último, un apartado, “Memoria”, que incluye un poco de todo: desde el repaso de las reglas de acentuación, pasando por cómo se escribe la

fecha, o cómo se forman los gentilicios, etc.; o sea, recoge las estructuras o los conceptos que el alumno debe memorizar en cada unidad.

También aparece al final del texto la clave de los ejercicios para que el alumno pueda trabajar de forma autónoma; un apéndice de abreviaturas y siglas con su significado en español; así como un glosario multilingüe (en español, inglés, francés y alemán).

En cuanto al nivel no se indica en el texto, pero analizando las funciones comunicativas y la gramática presentes podemos deducir que es de un nivel A2 hacia B1 ya que, por ejemplo, en la primera unidad se halla, en cuanto a gramática se refiere, el presente de indicativo junto con las oraciones causales y adversativas.

Está claro que no hay una progresión gramatical sino lo que se pretende es que el alumno aprenda las estructuras necesarias para desenvolverse en una determinada situación comunicativa sin detenerse demasiado en la gramática. Puesto que lo que prima en los manuales de esta generación es la comunicación y no la corrección gramatical.

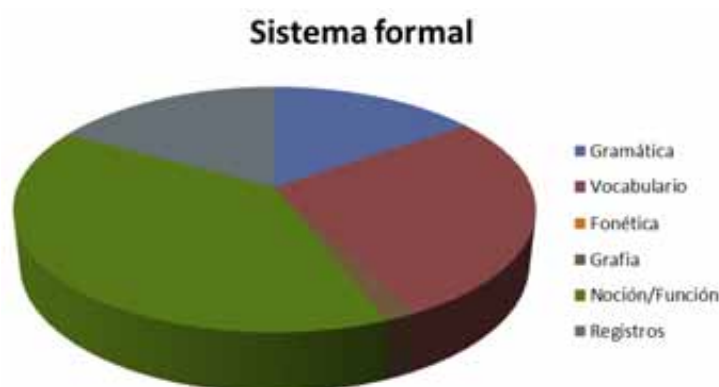
Los objetivos que se propone la autora, tal como declara en su prólogo, es satisfacer las necesidades de comunicación en el ámbito de los servicios turísticos tanto a nivel oral como escrito. Estos son coherentes con el análisis que hemos realizado ya que predominan los contenidos comunicativos. El 39% de los ejercicios está dirigido a la práctica de los exponentes funcionales necesarios en el ámbito turístico como: clasificar y describir establecimientos hoteleros, ofrecer servicios, describir organización, funciones y objetivos, etc. Aquí también se observa que no se sigue una progresión sino que, al igual que ocurre con la gramática, se emplean las necesarias para cada situación comunicativa. Un ejemplo lo hallamos en la unidad 1 donde aparece la función “expresar fórmulas de cortesía presencial y por teléfono” y para ello los alumnos tendrán que usar el imperativo y el condicional entre otras estructuras (pase, podría...) y en la unidad 2, en cambio, se presentan las estructuras para saludar y despedirse.

Todas las unidades siguen el mismo patrón, comienzan con una foto para presentar el tema y un texto, a veces en forma de diálogo, pero sin soporte audio, de ahí que predominen los textos escritos. Asimismo, cada una de las secciones de las que consta está dividida en cuatro apartados:

- Para leer y comprender: en esta sección se desarrolla la comprensión de lectura y se afianzan los conceptos básicos del sector y el léxico de especialidad.

- Para hablar: dedicada a la expresión oral generalmente en parejas.
- Para practicar: en la que se presentan ejercicios de gramática y de práctica de la expresión escrita a través de resúmenes, cartas, e informes entre otros.
- Y para terminar: se plantean tareas, profundización sobre temas propuestos en la unidad o incluso traducciones.

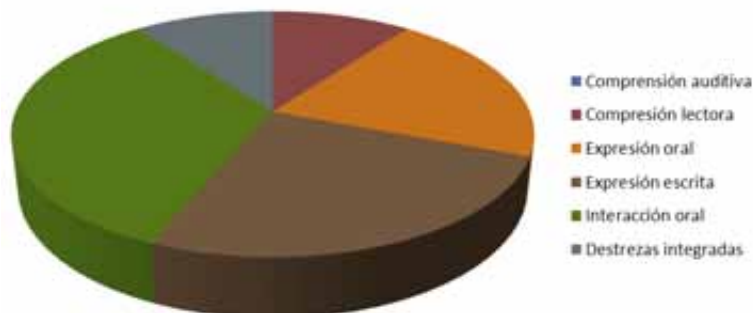
En cuanto a los contenidos lingüísticos, el 27% se dedica a la ampliación del léxico, necesario para poder adquirir el lenguaje sectorial del turismo. En menor medida también están presentes los ejercicios de gramática (15%), que resulta coherente con la metodología elegida y con el momento en que se concibió el manual, en el que se deja de lado la gramática para dedicar más espacio a la comunicación. No hemos hallado ejercicios de fonética, pero se da cierta importancia a la ortografía y a la redacción en la sección de consulta donde se aclaran las reglas de acentuación, el uso de las mayúsculas o la puntuación, entre otros.



En lo referente a las destrezas de comunicación predomina la interacción oral y en segundo lugar la producción escrita y la expresión oral. Se dedica poco espacio a la comprensión lectora y a las destrezas integradas; y ninguno a la comprensión auditiva.

Hemos de señalar que los enunciados de los ejercicios son muy generales, y muchas veces no se especifica claramente el tipo de destreza que se pretende desarrollar, por lo que se da mucho espacio a la interpretación tanto por parte del alumno como del profesor. De ahí que este dato sea relativo y puede ser subjetivo. Para cuantificarlo nos hemos basado en el mero análisis lingüístico del enunciado, si se usaba la segunda persona singular o plural.

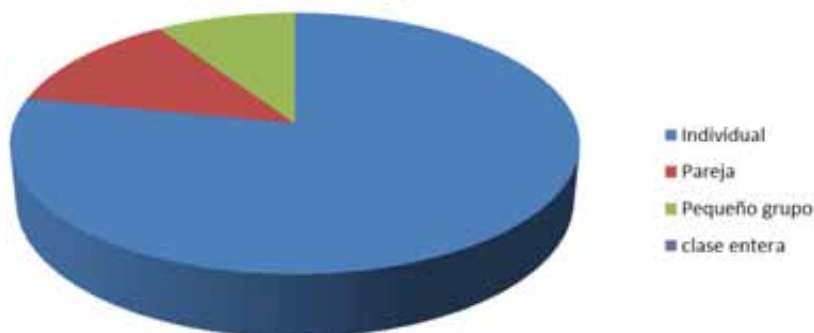
Destrezas de comunicación



Asimismo, no se tienen en cuenta las destrezas de aprendizaje, algo normal dada la fecha de publicación. Pero podemos afirmar que pretende fomentar la autonomía del aprendiz proponiendo ejercicios para buscar información en los textos y búsqueda del léxico en el diccionario. Un ejemplo lo encontramos en la unidad 2, ejercicio 1.a), que dice: “Anote todas las expresiones que indiquen actividades profesionales o responsabilidades y busque la explicación en un diccionario”.

Predomina el trabajo individual frente al de pareja y de grupo como se puede apreciar en el gráfico a continuación. De hecho, se proponen actividades sobre todo en parejas y alguna vez en grupo solo en la sección “Para hablar”, el resto de los apartados están diseñados para que el alumno trabaje de forma autónoma. Por lo que podemos deducir que subyace una metodología basada sobre todo en el trabajo individual en la que el alumno se confronta sobre todo con el profesor en el caso de las clases presenciales o con las claves, en el caso de autodidactas, y no en la cooperación entre iguales.

Agente



Por lo que se refiere al ámbito cultural se centra prácticamente en España, haciéndose escasa referencia a otros países hispanoamericanos. Lo que parece lógico, si el texto

está dirigido a alumnos europeos, que por una mera cuestión de cercanía es más fácil que entren en contacto con la cultura española.

En cuanto a los contenidos socioculturales del *MCER*, analizando el índice, vemos que se dedica gran espacio a la comida y bebida, concretamente las unidades 4 y 5, como era de esperar en un manual dedicado a los servicios turísticos; y también aparece el lenguaje corporal, en particular un ejercicio en el que se pide al alumno que comunique a través de gestos, algo bastante novedoso para la época.

No obstante, en realidad de forma explícita, a través de referencias, imágenes, etc. aparecen otros temas como horarios, prácticas de trabajo y días festivos, entre otros. Pero no se explotan, ni aparece ninguna explicación, ni reflexión sobre ellos, por lo que se deja al criterio del profesor para que profundice y haga reflexionar al alumno sobre estas cuestiones tan importantes para adquirir una buena competencia sociocultural.

Otros tipos de contenidos socioculturales, que hemos denominado del ET, presentes en este texto son, como podemos observar en el gráfico de abajo, según un orden de mayor a menor recurrencia: los alojamientos, la restauración, las agencias de viajes, los transportes, el ámbito profesional (donde se reflexiona sobre los perfiles profesionales, además de los cometidos y dificultades con las que se puede encontrar el profesional del turismo), metas turísticas, turismo (información turística, consejos, etc.), quejas y reclamaciones y geografía, naturaleza y clima.



Como podemos deducir está muy enfocado en el ámbito de la infraestructura hostelera y la restauración; concretamente se dedican tres unidades a estos apartados en las que se da información muy técnica y detallada. También se hace mucho hincapié sobre los varios perfiles profesionales del turismo proponiendo actividades para que el alumno

reflexione sobre las tareas que debe desempeñar y las dificultades con las que se tendrá que enfrentar.

Hemos echado en falta textos que hagan reflexionar al estudiante sobre algunas convenciones como la propina o el trato con colegas y clientes, que puede serle muy útil al profesional del turismo.

No se desarrolla la competencia sociolingüística de forma implícita, como era de esperar teniendo en cuenta la fecha de publicación. No obstante, de forma implícita aparecen a lo largo de las unidades del manual temas relacionados con la competencia sociolingüística, como son: la elección y uso del saludo, uso y elección de formas de tratamiento, normas de cortesía, diferencias de registro y el lenguaje corporal. Y como en el caso de los contenidos socioculturales queda a discreción del profesor profundizar en ellas.

La orientación predominante es la monocultural, algo común para los manuales de los noventa, pero no podemos negar que hay un enfoque multicultural a través de los textos y los ejercicios en varias lenguas (inglés, francés, alemán e incluso alguno en italiano) en los que aparecen de forma escasas referencias a otros países, que bien explotadas pueden contribuir al desarrollo de la competencia multicultural, fundamental en un sector como el turismo. Además, quisiéramos señalar que hemos hallado algunos ejercicios que favorecen la competencia intercultural. Un ejemplo es el ejercicio p. 76-77 en el que, a través de un dibujo, se indica la colocación del servicio de mesa y después se propone a los alumnos preparar, en parejas, un informe para exponerlo oralmente a la clase, sobre las normas de protocolo, ceremonia y etiqueta en la organización de banquetes y actos oficiales en su país.

También se tiene en cuenta lo que Van Ek llama competencia social (1988), puesto que se proponen numerosos ejercicios de rol en los que se plantea al alumno la resolución de problemas en el contexto profesional, y para ello tendrá que utilizar habilidades sociales como la empatía, autocontrol, saber disculparse, etc. Un ejemplo es el 4.c) p. 30:

c) Usted es el director de un hotel de cuatro estrellas. Reflexione sobre los siguientes problemas y trate de encontrar una solución. A continuación comente sus decisiones con sus compañeros:

1. Un cliente enferma y atribuye su enfermedad a la cena que le sirvieron en su hotel.
2. Un cliente importante denuncia la desaparición de varios objetos de valor.


3. Al pasar por la recepción, usted oye que una clienta solicita el libro de reclamaciones.
4. Se ha planteado una huelga en el sector de hostelería. El hotel está completo y, además, tienen contratado un congreso internacional y dos banquetes.
5. El jefe de cocina no está de acuerdo con las sugerencias para el menú de primavera-verano.

Para concluir podemos decir que *Servicios Turísticos* es un manual que necesitaría de una revisión y puesta al día tras más de veinte años desde su publicación, en los que la didáctica de las lenguas ha experimentado grandes cambios. En buena parte en su presentación gráfica y maquetación; igualmente sería necesario incorporar materiales audio/vídeo, además de recursos en línea a los que tanto están acostumbrados nuestros alumnos y que habrán de utilizar una vez incorporados al mercado laboral.

Quizás la parte que necesitaría una revisión más exhaustiva son los ejercicios de gramática que aparecen complementemente descontextualizados y sin que se plantee una reflexión sobre el sistema formal, de forma que el alumno aprenda la gramática de manera inductiva.

Pero lo podemos considerar un precursor, en muchos aspectos, como hemos comentado anteriormente sobre todo a lo que se refiere a la comunicación, ya que desarrolla sobre todo las destrezas orales y escritas, además de tener en cuenta las destrezas sociales, imprescindible para un profesional del turismo.

En cuanto al tema central de nuestro trabajo, los contenidos culturales, muestra una cierta sensibilidad hacia un planteamiento multicultural y multilingüístico, algo encomiable para su época. Pese a ello, sería necesario un desarrollo más detallado de las competencias sociolingüísticas, socioculturales e interculturales.

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>El español en el hotel</i>	
Autoras	Concha Moreno y Martina Tuts	
Lugar y año	Madrid, 1997	
Nivel	B1	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; actividades de ocio; acuerdos de asistencia social; actitudes frente a pueblos extranjeros; lenguaje corporal; convenciones sociales: regalos, aperitivos, comidas y bebidas; celebraciones, festividades y bailes. Otros: Ámbito profesional; alojamiento; reclamaciones; metas turísticas; restauración; turismo; geografía; servicios; transportes; arte y arquitectura.	

El español en el hotel, a pesar de haber sido publicado tres años más tarde que el anterior, resulta más actual desde el punto de vista didáctico como pasaremos a exponer a continuación, aunque la maquetación con pocos colores lo hacen menos atractivo.

Como dicen las propias autoras en la presentación, no se trata de un método sino de un manual con fines específicos dirigido tanto a estudiantes como a futuros profesionales del turismo con un conocimiento medio de la lengua, que puede ser usado de forma autónoma. Como podemos notar, no se usa la nomenclatura del MCER para referirse al

nivel del texto, ya que su publicación es anterior a este. Pero podemos deducir por sus contenidos gramaticales que corresponde a un nivel B1, ya que aparece el estilo indirecto y algunos usos del subjuntivo con expresiones de deseo, entre otras, previstas en este nivel.

Los objetivos que se proponen las autoras son preparar a los futuros profesionales para reaccionar y hacer frente a las situaciones habituales con las que se pueden encontrar en el mundo del turismo, por lo que se emplea una lengua basada en el análisis de necesidades, como pueden ser las relaciones con los clientes, con proveedores, con colegas de trabajo, etc.

El enfoque metodológico empleado, en palabras de las autoras, es el situacional-contextual e interactivo, en el que se hace especial hincapié en la comprensión auditiva para que el futuro profesional pueda comprender bien a los clientes.

El texto consta de dos partes, como se anuncia en la introducción. La primera está enfocada hacia la comunicación oral, la expresión escrita y la comprensión lectora. La segunda, en cambio, está dedicada exclusivamente a la expresión escrita: correspondencia comercial, redacción de contratos de colaboración, textos turísticos de interés y elaboración de ofertas. A final se presenta una serie de apéndices donde el aprendiz puede encontrar un resumen gramatical y un repertorio de funciones comunicativas, las transcripciones de las audiciones y un glosario en español en orden alfabético.

Analizando su sumario hemos observado una presentación “híbrida”, una mezcla de listado de situaciones como, por ejemplo, por citar algunas: “En la cafetería”, “En el restaurante”, etc. y funciones comunicativas o exponentes nociofuncionales como “Dar información sobre los servicios que ofrece un hotel”, “Despedir al cliente”... pero no se indica en su índice el vocabulario que adquirirá el aprendiz, como normalmente ocurre en el enfoque situacional, cuyo programa está organizado en estructuras y vocabulario. Pero hemos de añadir que este se contempla al final del texto, como hemos anunciado antes, en el glosario de términos.

En cuanto al glosario se refiere, es un listado de palabras en orden alfabético con el número de veces que aparecen. Este resulta, en nuestra opinión, poco acorde con el nivel que se declara en el prólogo, nivel medio, ya que aparecen términos excesivamente básicos como *a la derecha*, *al fondo*, *la cena*, *la cafetería* que un alumno

de nivel B1 conoce perfectamente. También hemos echado en falta más léxico técnico del ET.

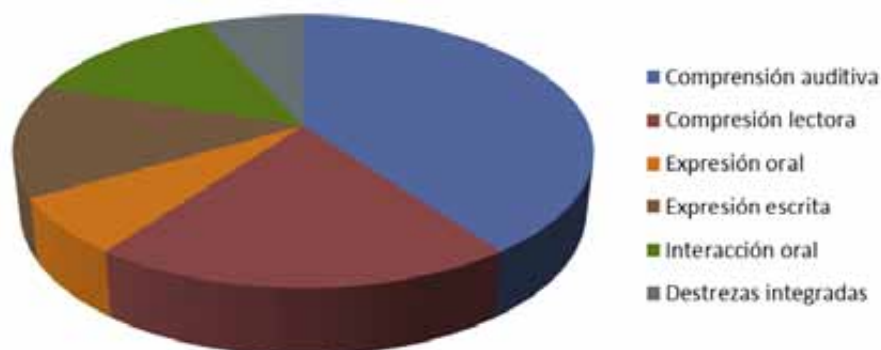
Otro aspecto primordial en el enfoque situacional de la lengua es la presentación; se parte siempre de la lengua oral. Los elementos nuevos se introducen y se practican en situaciones, dándose paso a la lengua escrita solo cuando el alumno ha aprendido la nueva estructura. Pero la organización del presente manual no siempre coincide con estos principios. Aunque la mayoría de las unidades de la primera parte comienzan con un diálogo o situación (5), otras (3) comienzan por un ejercicio de lectura.

La estructura de las unidades difiere según pertenezcan a la primera o segunda parte, cuyos objetivos son distintos, como hemos dicho anteriormente. Por lo que respecta a las unidades de la primera parte presentan todo el mismo esquema: en la primera página aparece una lectura de interés turístico junto con varias situaciones-pretexito para desarrollar la comprensión auditiva; a continuación, se pasa a la práctica de la expresión oral y, por último, a la expresión escrita. En todas ellas aparece una sección denominada “Observa”, que no siempre aparece en todas las unidades, en la que se hace hincapié en ciertos contenidos que pueden ser diferentes con respecto a otros países, por ejemplo en la pág. 84 se presentan las fórmulas para empezar una carta en español; para agradecer una carta, un regalo, una llamada, para decir que puedes hacer algo, enviar un pedido/dar información y para despedirse. Y un apartado “¿Qué decir cuando...” en el que se recogen expresiones (exponentes funcionales) y léxico.

En cuanto a las unidades de la segunda parte mantienen todas el mismo formato. Estas comienzan con textos-modelo dirigidos al desarrollo de la comprensión de lectura, a continuación se proponen tareas de producción escrita, así como actividades interactivas y propuesta de problemas para que los alumnos los resuelvan.

Por lo que concierne a las destrezas de comunicación, se desarrollan desde el inicio. Predomina, en la primera parte del texto, la comprensión auditiva en primer lugar y, en segundo lugar, la producción e interacción orales junto con la comprensión de lectura, en consonancia con lo que declaran las autoras en la presentación del texto, como se puede ver en el gráfico siguiente.

Destrezas de comunicación



En la segunda parte se dedica gran espacio a la expresión escrita, donde los alumnos pueden aprender a redactar una serie de escritos profesionales como cartas, fax, programas de viajes, etc. Se echa en falta el correo electrónico, mucho más actual, pero lógico teniendo en cuenta el año de publicación. Cabe señalar los ejercicios de la segunda parte del texto dirigidos a la resolución de problemas que ponen en práctica no solo las habilidades lingüísticas sino las estrategias sociales y sociolingüísticas como, por ejemplo, el ejercicio 5, pág. 110:

V)

Se te ha olvidado avisar al T.O. del próximo cierre de ventas en tu hotel y recibes una reserva de 3 TWB para las fechas conflictivas. No te queda ni una sola habitación libre y no sabes muy bien cómo resolver este problema. El T.O. tiene todas las habitaciones de cupo, así que realmente estás metido/a en un problema.

A Escribe un fax al T.O. explicándole que sus clientes no podrán estar en tu hotel y que les has buscado una alternativa.

→ Piensa que los motivos que das deben ser creíbles y no puedes mencionar el cierre de ventas en ningún caso, ya que el error lo has cometido tú.

B Échale imaginación al asunto y redacta tu fax. Fijate bien en la parte dedicada a los nexos: Apéndice 2, pág. 174. Puedes, si no se te ocurre nada, inspirarte en estas ideas:

→ Ha habido una avería en el circuito de aire acondicionado y dos habitaciones han quedado inservibles.

→ Se han pintado todas las habitaciones de esta planta y el olor de pintura es tan fuerte que podría molestar a tus clientes.

→ El último temporal ha sido terrible y se han roto los cristales de varias habitaciones.

Seguro que tú tienes mejores ideas...

Asimismo hemos notado que no se tienen muy en cuenta las destrezas de aprendizaje, algo normal teniendo en cuenta la fecha de publicación del libro, ya que no se le da la

posibilidad al alumno de negociar objetivos, ni contenidos. Además, hemos echado en falta actividades para comprobar el conocimiento previo del alumno tan importante en la enseñanza; así como ejercicios de autoevaluación del proceso del aprendizaje para que el aprendiz sea consciente de lo que ha aprendido hasta el momento y qué tiene que mejorar en adelante. Tampoco se dedica un espacio dentro de las unidades a la reflexión lingüística en el que los alumnos puedan deducir el uso de las estructuras presentes y realizar hipótesis sobre su empleo.

En cuanto a los contenidos comunicativos predominan los ejercicios encaminados a introducir o afianzar los exponentes funcionales (78%), en coherencia con el enfoque elegido. Estos son presentados a través de diálogos que sirven como pretexto para que el alumno aprenda de forma intuitiva y por medio de la repetición de los exponentes funcionales. Para su ejercitación se emplean estímulos de varios tipos, como ejercicios para completar, imágenes y preparación de textos que sigan un modelo presentado. Al final de cada unidad, en la sección “¿Qué decir cuando...”, se recapitulan todas las funciones empleadas.

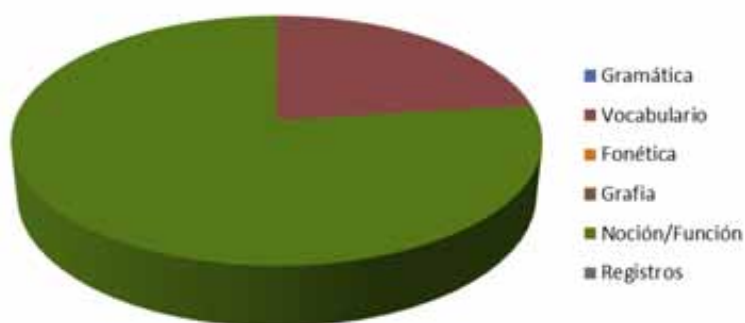
Los contenidos lingüísticos ocupan un lugar secundario, solo se da importancia al léxico (23%), en coherencia con la metodología, que aparece siempre contextualizado para que los alumnos puedan comprender su significado infiriendo.

En cuanto a la gramática no aparece de forma explícita, solo se hallan algunos ejercicios de corte estructuralista en la segunda parte y un apéndice de consulta, en español, en el que describen y ejemplifican los contenidos. Pero no se da la posibilidad al estudiante de ejercitarlos.

Tal como anuncian las autoras en el prólogo la gramática no se explicita en las unidades sino que, si los alumnos necesitan alguna aclaración, pueden consultarla en el apéndice. Así, podemos decir que no se le da importancia a la gramática sino a la comunicación, y lo que se busca es que el alumno se exprese correctamente; en este sentido, el error es tolerable.

He aquí el gráfico a modo de resumen.

Sistema formal



En lo referente a la lengua en uso se emplea solo la variedad peninsular, no se ha encontrado referencia a las demás variedades del español.

El papel de alumno en el método situacional se reduce en buena parte a escuchar y repetir las estructuras presentadas, teniendo mucho cuidado en que no cometa errores, presentando, por lo tanto, ejercicios muy guiados para que no adquiriera hábitos equivocados y, una vez aprendidas las estructuras, puedan tomar la iniciativa y trabajar entre ellos. En cambio, un aspecto positivo de este manual es que se le implica mayormente al discente, por ejemplo contextualizando los enunciados de los ejercicios en la primera unidad (pág.11) donde se dice: “Imagínate en el papel de recepcionista e intenta dar una respuesta a cada uno de tus clientes. La lista de divisas que te damos a continuación te ayudará”, o el ejercicio 5 de la pág. 71 “Aquí tienes unas recomendaciones para viajar a Santo Domingo”. Piensa en tu propio país o región y haz tú también una lista de recomendaciones útiles. No te olvides de describir brevemente la ciudad/región como en el modelo”.

Predominan los ejercicios individuales (54%) y en menor medida en pareja con un 11%. El presente texto parece estar pensado para trabajar en clase de forma unidireccional con un profesor que da indicaciones a los alumnos de lo que deben hacer. Aunque tenemos que reconocer que no siempre están claras las pautas de agrupamiento.

Como en el manual anterior, predomina el registro formal ya que se recrean exclusivamente situaciones entre clientes y empleados, sin tener en consideración otro tipo de situaciones laborales. Pero, a diferencia de otros textos, en los enunciados de los ejercicios se tutea al alumno y se emplea un estilo muy desenfadado como, por ejemplo,

el ejercicio II c) de la pág. 83 que dice: “Escribe una cartita a tus clientes contándoles que el hotel Nautilus les enviará las camisas urgentemente...”.

El papel del profesor en dicho manual sigue siendo central ya que será él quien tendrá que tomar decisiones como cuándo y cómo introducir los exponentes funcionales y las estructuras gramaticales pudiéndose emplear metodologías completamente distintas e incluso poco coherentes con la concepción metodológica manifestada por las autoras.

Por lo que se refiere a los contenidos socioculturales que se indican en el *MCER* están presentes, sobre todo, los referentes a la vida diaria, fundamentalmente se hace referencia a la comida y bebidas, en segundo lugar a las actividades de ocio. Asimismo, se tratan temas como los acuerdos de asistencia social, aparecen también los valores y creencias sobre países y estados extranjeros, convenciones sociales (concretamente regalos, propinas en los establecimientos de restauración) y aperitivos comidas y bebidas y por último celebraciones, festividades y bailes. Además se dedican varios ejercicios al lenguaje corporal, concretamente a los gestos y sus significados en varias culturas, que tal como hemos observado hasta ahora no suelen ser muy frecuentes en los MET.



Hemos de señalar que los contenidos socioculturales que más abundan no son los propuestos por el *MCER* sino los que hemos clasificado como contenidos del ET, que suelen ser temas recurrentes en estos materiales. A continuación, pasamos a su enumeración por orden de frecuencia: alojamientos; reclamaciones y quejas; agencias de viajes, restauración; turismo, metas turísticas; agradecimientos y felicitaciones;

geografía, naturaleza y clima y, por último, transportes. Debemos añadir que los referentes culturales hacen alusión exclusivamente a España, no hemos encontrado contenidos socioculturales que hagan referencia a otros países hispanos.

Como se puede observar en el gráfico y como es lógico según el título del texto, “El español en el hotel”, predominan los contenidos sobre alojamientos pero se echan en falta reflexiones sobre los perfiles profesionales y sus tareas y cometidos.



Predomina la orientación monocultural, hemos hallado escasos ejercicios para contrastar la cultura meta con otras. Además no se hace prácticamente referencia a otras culturas, por lo que podemos afirmar que no se desarrolla la competencia intercultural ni pluricultural. Tampoco se tiene presente la competencia sociolingüística. Así que será una tarea de la que deberá ocuparse el profesor.

Para concluir, podemos decir que se trata de un manual bastante enfocado a la comunicación, que a diferencia de otros textos se ocupa en profundidad de los escritos profesionales. Si bien necesita una actualización de los contenidos tras dieciocho años, puesto ha desaparecido la peseta y el correo electrónico predomina en la comunicación escrita.

También creemos que sería importante que se plantearan actividades para desarrollar las destrezas de aprendizaje, así como contenidos para promover el desarrollo de la competencia sociolingüística, intercultural y pluricultural, y que se haga desde un ámbito que no sea solo el español, sino que se incluyan también otros países hispanos.

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Amigo viajero</i>	
Autoras	Maria Vittoria Calvi y Nicelda Provoste	
Lugar y año	2002	
Nivel	B1-B2	
Aspectos culturales tratados	Actividades de ocio, instituciones, productos y creaciones culturales, metas turísticas, transportes, arte y arquitectura, ámbito profesional, historia, turismo, alojamiento, reclamaciones y quejas.	

Amigo viajero es un cuaderno ideado como complemento del manual de español para italianos *Amigo Sincero dirigido a italófonos*. Está pensado para ser usado en un curso de lengua con fines específicos de unas 30 horas de nivel intermedio-avanzado, según declaran las autoras.

La finalidad del texto, según reza en su prólogo, es acercar al alumno al lenguaje del turismo y a la cultura española a través de una amplia gama de textos; revisar las estructuras gramaticales aprendidas; así como potenciar el conocimiento del vocabulario.

El índice está dividido en diez unidades y organizado en cuatro columnas. La primera está dedicada a los textos en la que se indica el número de la página y el título de los textos; la segunda columna está destinada al área léxica, en la que se detalla el campo semántico que se va a trabajar en dicha unidad. En la tercera columna aparece la gramática y por último los ejercicios. Pero se presentan las funciones comunicativas o exponentes funcionales, como era de esperar sino un listado de estructuras gramaticales

en orden de complejidad, poco acorde con un enfoque comunicativo. He aquí un ejemplo del índice:

	Textos	Area Léxica	Gramática	Ejercicios
Unidad 1	Página 4 Reserva ya tus vacaciones de verano Agencias de viajes	Organización turística y agencias de viajes Pedir información y hacer una reserva	Pronunciación y ortografía (c,z,q,s,j,g) Presente de indicativo Plural y femenino de sustantivos y adjetivos	Página 6
	Página 5 Viajes virtuales			

Cada una de las unidades está dividida en dos partes. La primera, que ocupa las dos primeras páginas, presenta textos auténticos o ligeramente modificados para adaptarlos a las necesidades de espacio, referentes a diversas áreas temáticas, además de breves fichas informativas sobre algunos temas cruciales del mundo del turismo. Junto a anotaciones que hacen referencia a aclaraciones lexicales y anotaciones gramaticales. La segunda, en cambio, que es la más amplia, está dedicada a ejercicios y actividades, cuyas soluciones se pueden consultar en internet.

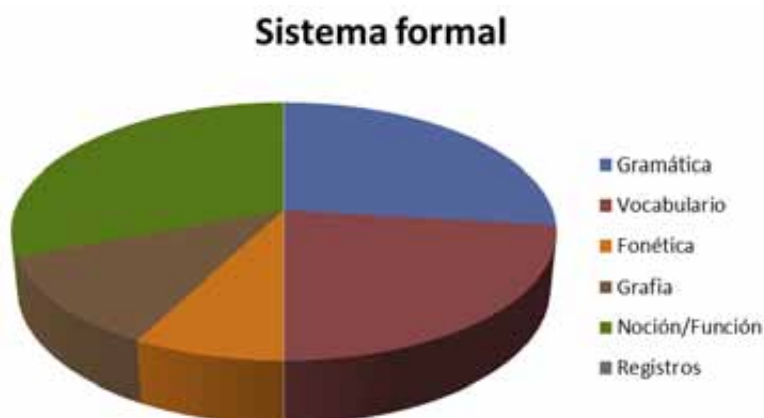
El enfoque, según se señala en la presentación, es comunicativo, aunque hemos encontrado algunos elementos en el diseño que contrastan con esta metodología. Los objetivos, la tipología de actividades y la secuencia en la que se presentan los contenidos son más bien típicos de un método estructural basado en la gramática y en la fonología.

Destacan los textos con frecuencia acompañados de imágenes en blanco y negro, que lo hacen menos atractivo, en los que predomina el ámbito cultural español (80%).

Por lo que respecta a los contenidos comunicativos destacan las actividades encaminadas a ejercitar los exponentes funcionales (31%), aunque no se ha hallado ninguna explicación funcional ni pragmática.

La gramática representa el 27% y sigue una perspectiva contrastiva, es el eje alrededor del cual gira el presente texto. Esto también se puede ver en la sección del índice, que dedica un apartado completo a la gramática y en el gran número de *drills* presentes en cada unidad. El léxico representa el 23%; sin descuidar la grafía, 12% y la fonética, 8%.

El siguiente gráfico sintetiza el tratamiento del sistema formal.



Por lo que se refiere a las destrezas de comunicación la que predomina es la producción escrita que representa el 56 %, dato que sorprende tratándose de un texto basado en el enfoque comunicativo, en segundo lugar aparece la interacción oral 22%, la comprensión de lectura y destrezas integradas 11%.

Por lo que se refiere al papel del alumno no es suficientemente activo, pues debe responder solo a los estímulos del profesor o bien limitarse a hacer actividades repetitivas, con el consiguiente riesgo de que decaiga la atención y el interés. De hecho no hemos encontrado en este manual actividades dirigidas a desarrollar las destrezas del aprendizaje que prevén negociar objetivos, contenidos, procedimientos y la autoevaluación.

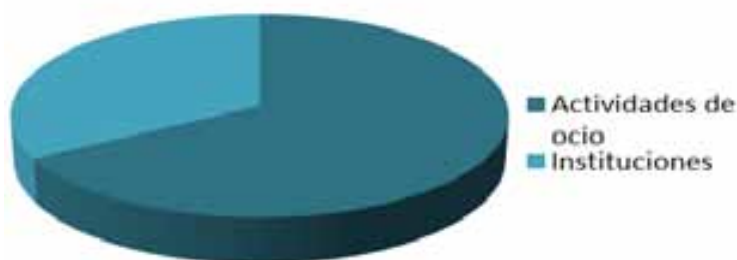
En cuanto a la lengua, predomina la variedad peninsular, aunque aparecen dos lecturas sobre México y Bolivia; estas están escritas en un castellano estándar. Hay algún americanismo pero, desgraciadamente, no se explota como variedad lingüística, que contribuiría al desarrollo de la competencia sociolingüística.

Predomina el registro formal frente al coloquial, de hecho son pocas las referencias a la lengua oral y a veces resultan un tanto artificiales (un ejemplo de ello es el diálogo de la página 41 entre un empleado de Fitur y un potencial expositor que concluye diciendo

“Estamos para servirle”). Tampoco se aclara al aprendiz cuándo utilizar un registro u otro.

Los contenidos culturales del *MCER* recogidos son escasos solo se alude a actividades de ocio e instituciones como podemos ver en el gráfico.

Contenidos del MCER



Lo que sí tiene un espacio destacado es lo que se llama cultura con mayúsculas, de hecho el porcentaje más alto de contenidos corresponde a los productos y creaciones culturales que en buena parte son fragmentos de novelas de autores contemporáneos que son empleados para hacer ejercicios de traducción o bien de gramática. En cuanto al resto de contenidos del ET hemos hallado en orden de mayor a menor frecuencia los siguientes temas: metas turísticas, turismo, alojamientos, arte y arquitectura, transportes, ámbito profesional, reclamaciones y quejas, historia y por último agencias de viajes.

Contenidos del ET



Por tanto, podemos deducir que está menos enfocado al ámbito profesional, a diferencia de otros textos de los que nos hemos ocupado y más pensado en proporcionar información cultural (entendida como cultura clásica a saber arte, literatura, etc.) a un eventual viajero que visite España.

Igualmente podemos afirmar que no se desarrolla la competencia sociolingüística. Solo hemos encontrado una anotación sobre el uso del tú/usted, pero no se da la posibilidad al alumno de practicarlo. Tampoco se tiene presente la competencia intercultural que sería deseable en un texto dirigido a italianos, ya que no se da la posibilidad a los estudiantes de reflexionar sobre las diferencias entre la cultura hispana y la española. Por lo que podemos afirmar que predomina una orientación monocultural.

Por lo que se refiere a la competencia pluricultural no hemos encontrado actividades encaminadas a su desarrollo.

Como conclusión, podemos decir que *Amigo Viajero* es un texto de corte estructuralista basado en buena parte en la gramática y en el léxico. Bajo su diseño subyace la vieja idea de que para conocer bien una lengua hay que dominar su sistema formal y la mejor manera es repitiendo estructuras; haciendo traducciones y prestando atención a aquellos aspectos especialmente difíciles para un itálofono.

Asimismo, podemos afirmar que por la fecha de publicación, que coincide con la versión de *MCEER* en español, es lógico que no estén presentes muchas de las directrices de este; igualmente puede resultar un poco anticuado desde el punto de vista didáctico ya que no se tienen en cuenta la pragmática de la lengua, las aportaciones de la sociolingüística, el constructivismo y las corrientes pedagógicas basadas en la autonomía del estudiante.


Predomina el registro formal frente al coloquial, de hecho son pocas las referencias a la lengua oral y a veces resultan un tanto artificiales (un ejemplo de ello es el diálogo de la página 41 entre un empleado de Fitur y un potencial expositor que concluye diciendo “Estamos para servirle”). Tampoco se aclara al aprendiz cuándo utilizar un registro u otro.

Presenta carencias en cuanto a las competencias culturales, que creemos que son fundamentales cuando se aprende una lengua en general e imprescindibles en un sector como el turismo en el que el alumno tendrá que relacionarse con diferentes culturas.

Además, sería importante que no solo se tuviera en cuenta la cultura formal sino también la cultura esencial o no formal.

Pese a ello puede resultar útil su uso con italo-fonos como material complementario ya que sintetiza muy bien los errores/dificultades típicos de este tipo de alumnado.

MATERIAL 4

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Bienvenidos 1</i> , libro del alumno	
Autoras	Margarita Goded y Raquel Varela	
Lugar y año	Madrid 2004	
Nivel	A1-A2	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; actividades de ocio; convenciones sociales: regalos; alojamientos; ámbito profesional, reclamaciones y quejas; metas turísticas, restauración; transportes; arte y arquitectura; economía e industria; relaciones con clientes, formas de pago, reuniones profesionales.	

Bienvenidos 1 forma parte de un método de español para el turismo y la hostelería del que se han publicado hasta el momento tres niveles, queda por completar el nivel C2. Cada uno de los niveles consta de un libro del alumno y un cuaderno de ejercicios. El nivel de dificultad es de usuario básico del *MCER*, según reza en la introducción.

Dirigido a alumnos principiantes o falsos principiantes está pensado para utilizarlo dentro de un curso presencial o bien como método de autoaprendizaje. Asimismo, la guía del profesor resulta de gran interés y utilidad para el docente por las descripciones pormenorizadas, la información complementaria que aparece y las propuestas de explotación de las unidades.

La metodología empleada es bastante ecléctica; sigue, sin duda, un enfoque comunicativo basado en las destrezas lingüísticas, donde la lengua es un vehículo no una finalidad en sí, teniendo en cuenta las directrices del *MCER*. En la introducción de la guía del profesor se dice que se presta atención al aprendizaje afectivo, intuitivo, a la interculturalidad, y a las diversas características y estilos cognitivos de los alumnos.

Como podemos ver en su índice, que presenta una estructura modular, cada uno de ellos está compuesto por tres unidades subdivididas en cuatro bloques: competencia pragmática; lingüística léxica; sociocultural y tarea. Al final de las tres unidades de las que consta cada uno, se coloca un apéndice gramatical y una unidad de repaso. Cada una de las lecciones tiene un color según el tema que se trata. Para las que se ocupan del *turismo* (*viajes, transportes, agencia*) se ha elegido el color azul; rojo para las que están relacionadas con el *hotel* y verde para la *hostelería*. A su vez todas las lecciones tienen la misma estructura: *Comenzamos* (dirigida al calentamiento y detección de ideas previas; diálogo y comprensión auditiva); *Te toca* (ejercicio de lectura y representación en parejas); *La vida misma* (presentación de documentos reales relacionados con el tema de la unidad y ejercicios de práctica de habilidades lingüísticas); *Más que palabras* (presentación y explotación de léxico especializado); dicha sección está dedicada a los documentos escritos y su explotación; a las actividades de refuerzo; a la expresión oral e información sociocultural y, por último, hallamos una serie de ejercicios de reflexión sobre la profesión.

En la descripción que hacen las autoras en la presentación del texto se dice que se ha optado por un sistema modular, que permite un empleo del libro no necesariamente de forma lineal, sino que se adapta a las necesidades del alumno, muy acorde con la filosofía comunicativa.

Predomina el soporte sonoro con un 31%, en el que se ofrecen muestras de lengua oral en contextos reales profesionales, predomina el español estándar pero aparecen en alguna ocasión acentos de países latinoamericanos, como México. En cambio, los textos representan el 22%. Estos suelen ir acompañados con un gran número de fotografías a todo color, además de dibujos y gráficos para facilitar los distintos estilos cognitivos.

La maquetación del libro podemos decir que es muy atractiva, gracias al uso del color que no siempre es frecuente en este tipo de materiales y que facilita, por un lado, la organización del texto y, por otro, la explotación de las numerosas imágenes, dibujos y

gráficos presentes. Aunque no se da uniformidad de criterio a la hora de señalar las destrezas de comunicación, solo se indican los ejercicios de comprensión auditiva con el dibujo de unos cascos, pero no se hace lo mismo con los que se ocupan de las otras destrezas lingüísticas, en los que no aparece ningún símbolo sino el número correlativo, creando cierta ambigüedad sobre las macrodestrezas que se quieren practicar en dicha actividad. Un ejemplo de ello es el ejercicio 11 de la pág. 29.

11 Haz frases con "me gusta" o "no me gusta". Utiliza los siguientes alimentos y bebidas.

A mí me gusta el zumo de naranja natural.
A mí no me gusta la cerveza.
A mí me gustan las patatas fritas.
A mí no me gustan las aceitunas.

Gramática
GUSTAR
A mí me gusta + (Singular)
A mí me gustan + (Plural)

Sería útil que se señalara cada una de las actividades con un símbolo que indicase la destreza o destrezas que se practican, de forma que el alumno sea consciente del tipo de actividad que está desarrollando.

Predominan las actividades dirigidas a la explotación de la comprensión auditiva, que representa el 42%, en las que se trabaja tanto la comprensión global como la detallada, si bien predomina esta última. En ellas hemos observado una manera de formular los enunciados bastante heterogénea alternando los que se le pide al alumno que escuche y responda a las preguntas, con otros en los que se le implica directamente (*eres el director del hotel...*), pero en muy pocos casos se integran con otras destrezas. De hecho las destrezas integradas solamente representan el 8%.

La comprensión lectora también ocupa un lugar destacado con el 27%, en detrimento de la expresión e interacción orales que juntas suman el 16%; y la expresión escrita el 8%. Por lo que podemos concluir que se da más importancia a la comprensión de textos

tanto orales como escritos que a la producción de los mismos, produciéndose un cierto desequilibrio entre las destrezas de comunicación.

El gráfico resultante de las destrezas de comunicación es el siguiente:



No se tienen muy en cuenta las destrezas de aprendizaje. No hemos hallado en las unidades analizadas ejercicios dirigidos a negociar contenidos, objetivos, ni se tiene en cuenta la autoevaluación. Por lo que podemos decir que el papel que se reserva al alumno no es suficientemente activo, ya que no se le implica ni se le responsabiliza en el proceso de aprendizaje. Son escasas las actividades en las que se le da al alumno la posibilidad de decidir qué hacer y cómo, ni se diversifica el rol de los participantes, tampoco el estudiante puede tomar conciencia del propio proceso de aprendizaje, por lo que podemos afirmar que no se tienen siempre presentes las competencias generales del alumno²⁶, que como se dice en el *MCER* (2002: 11) *contribuyen de una forma u otra a la capacidad comunicativa del usuario, y se pueden considerar aspectos de la competencia comunicativa.*

También choca la estructura “monótona” con la que inician todas las unidades: se parte siempre de un “diálogo” (heredado de la tradición audio-oral y empleado en los manuales comunicativos de la primera generación) que a veces resulta artificial y forzado para ajustarlo al contenido y al nivel.

²⁶ El *MCER* distingue cuatro tipos de competencias generales: saber, saber hacer, saber ser y saber aprender (2002:11-12)

En cuanto al papel del profesor no desempeña un rol de mediador como era de esperar del enfoque elegido, sino que se presenta con demasiada frecuencia como el interlocutor de los alumnos, ya que la mayoría de los ejercicios están ideados para hacerlos de forma individual y, por lo tanto, pensamos que será el profesor el que interactúe con los estudiantes, de hecho predominan los ejercicios individuales 84 % frente a los de pareja 14%. También puede verse en las indicaciones de la guía del profesor.

Un aspecto positivo del texto es que se tienen en cuenta los estilos cognitivos de los alumnos, proponiendo materiales muy variados y empleando un gran abanico de fuentes: dibujos, fotos, textos, etc. De hecho, podemos decir que se ha cuidado hasta en los más mínimos detalles la presentación del texto.

Por lo que se refiere a la lengua en uso tenemos que decir que la variedad peninsular es preponderante en todos los textos del manual. Hemos hallado solo un texto en el que aparece un menú mexicano con algunos términos de este país pero no aparece ningún tipo de explicación ni se hace referencia en el glosario en cinco lenguas colocado al final del libro, en el que se menciona la *tortilla de patatas* o los *pinchos morunos* pero ni los *tacos* ni los *ostiones*, que difícilmente conoce una persona que no haya viajado a dicho país.

El registro predominante es el formal, de hecho en la primera unidad se presentan los saludos formales y no se introducirán los informales hasta la unidad 7, a diferencia de lo que ocurre en los manuales de ELE, que se suele comenzar con el registro más informal. En el ET, en cambio, es necesario el trato formal en la relación con los clientes. Tampoco hemos hallado ningún tipo de explicación pragmática sobre el uso del tú y el usted.

El papel del alumno no es completamente central porque predominan las actividades repetitivas e individuales, de modo que tiene pocas ocasiones para interactuar con los compañeros.

Un aspecto positivo del texto es que se intenta que el alumno tome conciencia del contenido introduciendo con un lenguaje simple y práctico los contenidos de cada unidad de la siguiente forma:

Unidad 7

En esta unidad aprenderás a:

Saludar informalmente.

Hablar sobre los medios de transporte.

Utilizar el vocabulario relacionado con los medios de pago.

Organizar un viaje corto.

El método pretende ajustarse a las necesidades del aprendiz e intenta que el alumno tome conciencia del proceso pero se hace solo al inicio de las lecciones a través de la presentación de los objetivos y la sección *comenzamos* sirve para presentar el tema y para averiguar el conocimiento del discente. Veamos la unidad 7:

Comenzamos

¿Qué ves en la fotografía?

¿Lo utilizas normalmente?

¿Cuándo?

¿Qué medios de transporte conoces?

Pero creemos que no son suficientes. Se podría incluir alguna reflexión sobre el proceso de aprendizaje a lo largo de las unidades o una ficha de autoevaluación al final de cada lección.

Por lo que se refiere a la gramática es colocada al final de cada módulo. En esta unidad aparecen todos los conceptos aparecidos en las lecciones anteriores a través de esquemas y explicaciones sobre todo descriptivas de la lengua como sistema formal, junto con ejercicios que se presentan sin contexto, bastantes mecánicos, cuyo principal objetivo es fijar la estructura. He aquí un ejemplo:

Adjetivos y Pronombres Demostrativos

Singular		Plural	
Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Este	Esta	Estos	Estas
Ese	Esa	Esos	Esas
Aquel	Aquella	Aquellos	Aquellas
Solo Pronombres:		Esto	Aquello

Ejemplos [Este/Ese/Aquel + sustantivo masculino singular] = *Este señor es japonés*

Observaciones

- Los adjetivos demostrativos van generalmente delante del sustantivo y concuerdan también en género y número con él:

Esa maleta (la maleta) es grande

- El pronombre es una palabra que sustituye al nombre. Nunca lo acompaña.

Este/Ese/Aquel + masculino singular → *Este es japonés*

- Los pronombres demostrativos se escriben con tilde para diferenciarlos de los adjetivos demostrativos:

Mira, ésta es Ana y éste es Iván

- En español se utiliza generalmente para evitar repeticiones:

Me gustan las maletas con cierre de seguridad. Esas son las que utilizo en mis viajes.

Aquellas, sin embargo, no me gustan.

- Los pronombres demostrativos ESTO, ESO Y AQUELLO nunca llevan tilde cuando se refieren a una idea, a algo que no se da el nombre exacto, o algo de lo que se acaba de hablar:

¿Qué es aquello?

Esto es muy raro



Práctica

Completa las frases:

- _____ té está muy caliente.
- _____ hotel me gusta mucho.
- _____ bebidas son muy caras.
- _____ asientos son incómodos.



Observa los adverbios:

Los demostrativos expresan distintos grados de proximidad con el hablante:

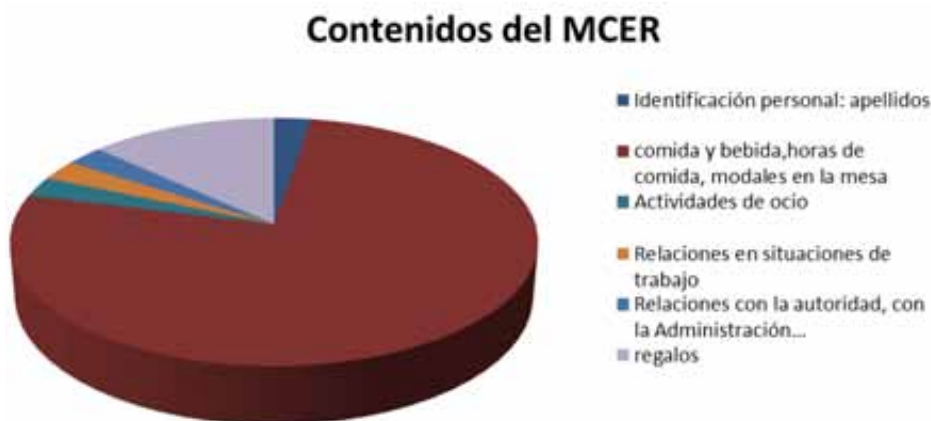
Aquí/Acá,
Ahí,
Allí/Allá



Un aspecto positivo de este manual es que tiene un cuaderno de ejercicios, del que nos ocuparemos a continuación, que acompaña el libro del alumno donde el discente puede encontrar un gran número de actividades.

En cuanto a los contenidos socioculturales es uno de los pocos textos que los especifica en su índice; concretamente la tercera columna está dedicada a la competencia sociocultural. En ella se mezclan algunos temas indicados en el MCER con otros que están más relacionados con el sector turístico. Pero la mayoría de los contenidos

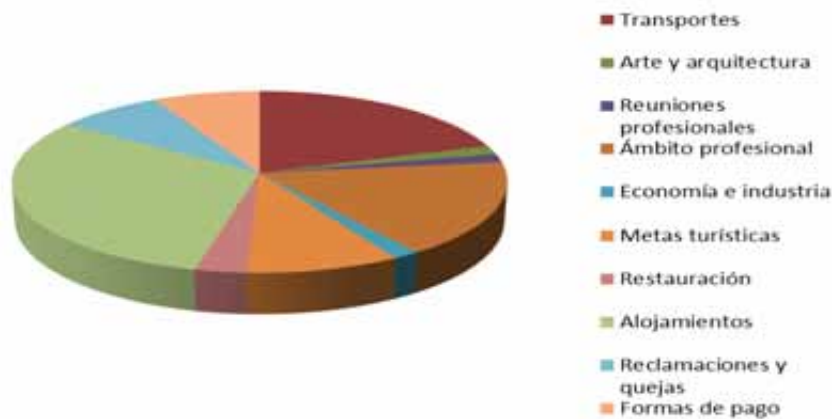
socioculturales del *MCER* se refieren casi exclusivamente a la comida, bebida, horas de comida y modales en la mesa; escasos dedicados a los regalos (3), relaciones personales (2), relaciones con la autoridad, con la Administración (1) y actividades de ocio (1). No se tiene en cuenta el lenguaje corporal y prácticamente inexistente son las convenciones sociales y los valores y creencias. Como se puede ver en el siguiente gráfico.



Cabe señalar que, a diferencia de otros manuales, se incluyen algunos textos dirigidos a los alumnos con explicaciones sobre contenidos culturales, como el nombre y apellido en los países de habla hispana o las propinas. Así como algunas notas en la guía del profesor que lo que considere conveniente y esté preparado para resolver posibles dudas de los estudiantes, tal como declaran las autoras en la introducción.

Al igual que otros materiales analizados, como era de esperar, se dedica mucho más espacio a los contenidos socioculturales más propios del turismo que no se contemplan en el *MCER* pero que están más íntimamente relacionados con este sector. Son los siguientes en orden de frecuencia (de mayor a menor): alojamiento, transporte, ámbito profesional, metas turísticas, reclamaciones y quejas, formas de pago, restauración, arte y arquitectura, y por último economía e industria.

Contenidos del ET



Predomina la temática referida al alojamiento, como en los otros textos que hemos analizado hasta el momento, pero se da mucha importancia al transporte y menos a la restauración. Cabe destacar el gran espacio que se dedica al sector profesional, donde se reflexiona sobre los problemas y características de los diferentes perfiles profesionales.

Por lo que se refiere a la competencia sociolingüística está poco presente de forma implícita e incluso en el índice está englobada dentro de la competencia sociocultural.

Tampoco se tiene muy en cuenta la competencia intercultural en pocas ocasiones se le pide al alumno que compare su cultura con la cultura meta. Ni hemos encontrado actividades encaminadas al desarrollo de la competencia pluricultural.

Por todo lo expuesto, podemos concluir que *Bienvenidos 1* es un texto con una presentación gráfica muy cuidada y atractiva; que tiene muy presente los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos, proponiendo una gran variedad de actividades basadas en fuentes y soportes diversos. Además es un texto novedoso con respecto a otros MET porque toma conciencia de la importancia de la competencia sociocultural y se ocupa de su desarrollo a lo largo de las lecciones.

Sigue un enfoque comunicativo, pero se dan algunas incongruencias en su diseño como la falta de interacción debido al excesivo número de actividades individuales que se proponen; el escaso desarrollo de las competencias generales del alumno (*MCER*, 2002:104) concretamente la capacidad de aprender; y el planteamiento de unas actividades más propias de un método estructuralista (sin contexto, con falta de una

secuenciación y sistematización, no siempre focalizas y donde con frecuencia el discente no es el protagonista del proceso de aprendizaje).

En cuanto a la sección de gramática y repaso que puede ser de gran ayuda para el alumno, máxime tratándose de un texto pensado también para el autoaprendizaje, resulta un tanto incoherente con un enfoque comunicativo de la lengua.

Por último, sería oportuno un mayor desarrollo de las competencias sociolingüística, intercultural y pluricultural en consonancia con el alumnado al que va dirigido este manual, según se puede deducir por el glosario multilingüe presente al final del libro.

FICHA TÉCNICA	
Título	<i>Bienvenidos 1</i> - Cuaderno de ejercicios
Autoras	Margarita Goded y Raquel Varela
Lugar y año	Madrid 2004
Nivel	A1-A2
Aspectos culturales tratados	Días festivos, viajes, alojamientos.

Se trata de un cuaderno impreso en blanco y negro que persigue fundamentalmente afianzar los contenidos tratados en las nueve unidades del libro del alumno, siguiendo la misma estructura del texto de referencia. Al igual que el libro del alumno aparece una sección al final dedicada al vocabulario denominada “Mi diccionario”, en la que el estudiante halla un listado de palabras aparecidas en el texto, con la referencia a la unidad en la que aparece, para que las traduzca a su propio idioma. Además, se incluyen las claves de los ejercicios.

Predominan los textos, aunque aparece una gran cantidad de imágenes y fotos pero en blanco y negro, lo que resulta menos eficaz desde el punto de vista didáctico, pero comprensible tratándose de un cuaderno de ejercicios.


La mayoría de las actividades están orientadas fundamentalmente a la práctica de la gramática (37%), en segundo lugar, al vocabulario (30%), registro (17%), exponentes funcionales (10%), fonética (7%) y algunos a la ortografía. Pero no aparecen actividades dirigidas al desarrollo de las destrezas del aprendizaje.

Podemos concluir que este cuaderno está pensado para que el alumno trabaje de forma individual tras una reflexión y como profundización de los ejercicios propuestos en el libro del alumno ya que no se han hallado ejercicios para hacer en parejas o grupos.

Presenta un corte bastante tradicional, enfocado en la gramática y el léxico y donde prácticamente no se han encontrado contenidos socioculturales: 1 referencia a los días festivos, y alguna a viajes (2) y alojamientos (1).

Al igual que muchos otros manuales, predomina el ámbito español y la orientación monocultural.

MATERIAL 5

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>LENGUAJES EN CONTACTO</i>	
Autoras	FORIANA DI GESÚ, CHIARA SINATRA	
Lugar y año	Palermo (2005)	
Nivel	C1-C2	

Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; tradición; servicios; agencias de viajes; arte y arquitectura; alojamientos; metas turísticas, restauración; organización de congresos, la búsqueda de trabajo y reclamaciones y quejas.
-------------------------------------	---

El presente texto los podemos clasificar como material de apoyo, visto que no se trata ni de un manual y aún menos de un método. La intención de las autoras, como declaran en la introducción es la de reflexionar sobre la necesidad de aprender y enseñar lenguajes específicos, además de proponer un modelo para la explotación de cualquier texto jurídico-administrativo y turístico. Por razones obvias nos centraremos en la parte que se ocupa de la explotación de los textos turísticos.

El trabajo consta de una parte teórica en la que define el concepto de lenguaje específico para luego describir las peculiaridades del lenguaje del turismo y el tipo de léxico empleado. También se asegura que el enfoque adecuado para enseñar este tipo de lengua es el comunicativo, teniendo muy presente la competencia intercultural como ilustraremos más adelante cuando nos ocupemos de este apartado.

Aprender una lengua, según declaran las autoras de este libro, no significa hacer aprender, sino desarrollar en el discente la capacidad de elegir autónomamente y tomar decisiones relativas a su aprendizaje (basándose en la teoría del constructivismo). También presentan la cultura no como un conjunto de textos de una lengua centrados en la lectura y traducción sino que va más allá. La cultura es entendida como el modo de vida de un grupo social, sus valores, sus símbolos.

Dispone de una guía didáctica muy clara y bien estructura, cuyo objetivo es proporcionar material específico para ayudar al alumno en el proceso de aprendizaje.

El texto está pensado para adultos que tengan previamente un nivel C1 del *MCER* y que, además, posean conocimientos de otros idiomas de forma que pongan en marcha estrategias en otros contextos de comunicación, lo que el *MCER* llama *saber hacer* (2002: 102)

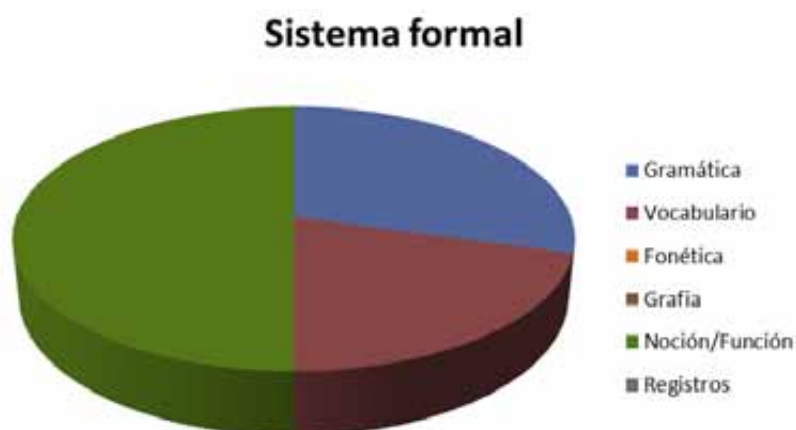
Los criterios de selección de los contenidos, según las autoras, son los posibles contextos en los que se deberá desenvolver el profesional del turismo: *el hotel, la*

agencia de viajes, itinerarios turísticos, el restaurante, las ofertas de empleo, los servicios y los congresos.

Cada uno de los textos comienza con una parte teórica en la que se definen los objetivos, los elementos lingüísticos y el vocabulario así como sugerencias para su explotación, que resulta muy útil tanto para el alumno como el profesor.

El soporte que más abunda son los textos (63%), si bien muchas veces acompañados de imágenes de distintas tipologías (34%). Aunque debemos señalar que dispone de material audio, por lo que no se trabaja suficientemente la comprensión oral.

Se potencian los exponentes funcionales (50%), dejando la gramática en un segundo plano con un 29%, seguido de las actividades dirigidas a la adquisición del léxico con un 21%. Como era de esperar tratándose de un manual dirigido a usuarios que ya han adquirido un dominio operativo eficaz, no se han encontrado actividades encaminadas al aprendizaje de la fonética y a la grafía. Quizá parece un poco más extraño el que no se trabajen los distintos registros de la lengua que con frecuencia presentan dificultades también en niveles avanzados. A continuación el gráfico a modo de resumen.

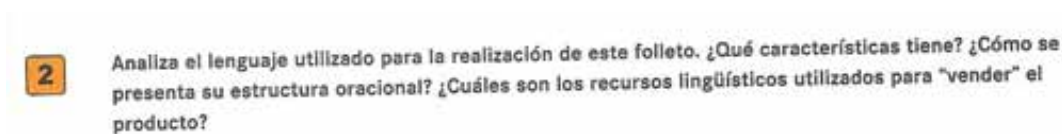


En cuanto a las destrezas de comunicación se presentan de manera equilibrada, salvo la comprensión auditiva que no se tiene en cuenta en el texto. A diferencia de otros manuales, predominan las destrezas integradas (31%), seguido de la interacción oral y comprensión de lectura que representan el 23%.

Un aspecto muy positivo del presente texto, y poco común en los MET, es que tiene en cuenta las destrezas de aprendizaje para que el alumno pueda “aprender a aprender”.

Están presentes todas en un 33 % salvo la negociación de procedimientos que no se toma en consideración.

Un ejemplo es el ejercicio 2 de la página 67:



Pese a lo dicho, quisiéramos señalar que en la secuenciación de las actividades se echan en falta ejercicios para introducir el tema que ayuden a que el discente ponga en práctica el conocimiento previo, ya que se aprende sobre la base de lo conocido, y que anticipe el contenido del tema. Consideramos de gran utilidad, en cambio, la actividad final para consolidar las estructuras y el léxico presentado. Valga de ejemplo la actividad final de la pág 85:

ACTIVIDAD FINAL

En grupo tenéis que crear un glosario de los términos específicos que aparecen en el texto, formulando una definición para cada palabra a través de la negociación de los términos.

El papel del profesor sigue siendo muy importante, visto que debe medir el grado de dificultad de la lengua en el proceso de aprendizaje para favorecerlo y evaluarlo.

Los materiales presentados son solo un estímulo y un pretexto para introducir los temas; también se les pide a los aprendices que se documenten en la web para realizar las actividades. Aunque creemos que son insuficientes dado que se presenta un solo texto por tema, por lo que el profesor deberá preparar más actividades para adquirir y afianzar los objetivos propuestos.

Las actividades están enmarcadas en contextos prácticos profesionales dirigidas no solo a que el alumno se comunique en LE sino que ponga en práctica competencias estratégicas y que demuestre que sabe valerse del *Know how* y *el saber estar*.

Otro aspecto fundamental que se ha tenido en cuenta a la hora de organizar las unidades didácticas es el desarrollo de la autonomía del aprendiz. Se proponen actividades para potenciar las estrategias de memoria (creación de relaciones mentales, agrupación de palabras por criterios semánticos, asociogramas, etc.), la selección y memorización de

palabras, corrección de errores, la elaboración de un glosario personal, la capacidad de síntesis, y la autoevaluación al final de cada unidad. A continuación, adjuntamos la ficha de autoevaluación que está estructurada de forma que el aprendiz reflexione sobre el léxico adquirido (contextualizándolo y dando una definición); elija lo que considera más útil para su profesión; y, por último, se invita a la reflexión gramatical.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado: **Organización de Congresos**

1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

También se trabajan las “estrategias de uso”, según Bimmel y Rapillon (2000:88-89) dirigidas al intercambio comunicativo; poniendo en práctica también la mediación un ejemplo es el ejercicio 3 de la Pág. 84:

3

Prepara un discurso en el que tú eres el encargado de la agencia y tienes que explicar el significado de términos como: servicio de consultaría, consejeros legales, patrocinios, fijación de presupuestos, negociaciones con proveedores, organización de comités, marketing, seguros. Utiliza sinónimos, metáforas, giros de palabra, muletillas, imágenes, parafrasea, etc.

Las estrategias sociales también están presentes en el texto puesto que se propone un gran número de ejercicios para promover el aprendizaje en cooperación, como por ejemplo la actividad final de la página 78:

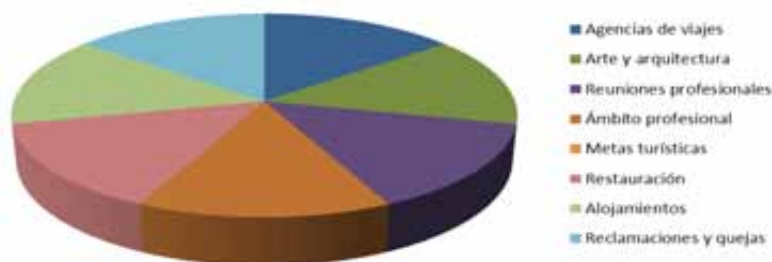
En grupo tenéis que crear un asociograma o red semántica. En el centro de la red hay que poner la palabra clave avión y a su alrededor tenéis que colocar las palabras relacionadas con ésta. Por ejemplo:

Azafata  Avión  despegar

Ahora bien, hemos de señalar que predomina excesivamente el agente individual (70%) frente a la pareja (15%) o el grupo (11%)

Por lo que se refiere a los contenidos socioculturales indicados en el *MCER* no se tienen muy en cuenta. Hemos hallado solo dos referencias: una a la comida y bebida, y otra a la tradición del toro de lidia, pero que no son explotados suficientemente. En cambio, están más presentes temas del ET como podemos ver en el gráfico, como la agencia de viajes, el arte y la arquitectura, la organización de congresos, la búsqueda de trabajo, las metas turísticas, la restauración y las quejas. Por lo que podemos decir que, a pesar de no ser unidades didácticas, sino más bien sesiones de trabajo o propuestas concretas para la explotación de textos con fines específicos, plantea un amplio abanico de temas fundamentales en el sector del turismo. Se echan en falta, en cambio, explicaciones sobre referentes culturales que el alumno no conoce y que pueden ser fundamentales para interpretar la cultura meta. Por lo que el profesor deberá colmar esas necesidades o bien el alumno, en el caso que se emplee el texto de forma autónoma.

contenidos del ET



Por lo que se refiere a la competencia sociolingüística no hemos encontrado ejercicios encaminados a su desarrollo que serían importantes en muchos contextos profesionales como, por ejemplo, el uso de las convenciones para los turnos de palabra en el ámbito de las reuniones de trabajo. Es bien sabido que en una conversación entre españoles es común interrumpirse, pero no es así en otras culturas, por lo que puede llevar a malas interpretaciones.

Así como las normas de cortesía, lo que el *MCER* llama cortesía “positiva” (2002:116), a saber: mostrar interés por el bienestar de una persona, compartir experiencias y preocupaciones, expresar admiración, afecto, gratitud..., ofrecer regalos, promover futuros favores, hospitalidad, etc. Y las diferencias de registro, fundamentales en niveles avanzados.

Por último la competencia intercultural, si bien se tiene en cuenta en algún ejercicio, creemos que no se desarrolla suficientemente ya que no son muchas las actividades para que el aprendiz reflexione sobre las diferencias entre la propia cultura y la C2.

Además, falta el desarrollo de la competencia pluricultural y plurilingüística, necesarias en un contexto tan internacional como es el turismo.

En los textos propuestos predomina la variedad peninsular. No se han hallado referencias a otras variedades del español. En ellos se emplea un registro formal e inclusive se hace hincapié para que se utilice el tono adecuado.


La orientación predominante es la monocultural, si bien en el texto están presentes algunas actividades dirigidas al desarrollo de la competencia intercultural, pero como hemos dicho anteriormente son escasas.

A modo de conclusión podemos decir que *Lenguajes en Contacto* es un texto donde se pueden encontrar propuestas de explotación muy interesantes, dado que se tienen en cuenta aspectos fundamentales como son el desarrollo de la autonomía del discente; los diversos estilos de aprendizaje; las competencias lingüística, estratégica y pragmática; pero presenta algunas carencias que tendrá que suplir el profesor, como son la falta de material audio/vídeo y su explotación didáctica.

Asimismo, sería importante que se introdujeran contenidos de otros países hispanos para presentar una mayor variedad de referentes culturales, algo poco frecuente en los manuales de ET como hemos visto hasta ahora. Así como un mayor desarrollo de las

competencias sociolingüística, intercultural y pluricultural. En otras palabras dar mayor peso al componente cultural de la lengua en todas sus perspectivas.

MATERIAL 6

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Temas de turismo</i>	
Autoras	Carmen Rosa de Juan, Marisa de Prada, Ana E. Gray, Pilar Marcé, Eloísa Nieto	
Lugar y año	Madrid, 2006	
Nivel	B2	
Aspectos culturales tratados	Ocio, comidas y bebidas, turismo, transportes, alojamientos, reuniones profesionales, restauración, metas turísticas, reclamaciones y quejas, formas de pago.	

Es un manual dirigido, según consta en su introducción, a aquellos alumnos que quieran preparar el Certificado Superior del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid, cuyo nivel corresponde al B2 de *MCER*; además el aprendiz podrá adquirir el conocimiento suficiente sobre el turismo español para trabajar en una empresa española o hispanoamericana, o bien cursar estudios universitarios. Asimismo, las autoras señalan como valor añadido del texto la presencia del elemento intercultural que contribuye a que el alumno reflexione sobre la propia cultura y la de los demás.

El presente manual va acompañado de un libro de claves donde se dan sugerencias de explotación de las distintas fichas en las que se dividen las unidades, así como las soluciones de los ejercicios.

La metodología empleada en el manual es bastante ecléctica, por un lado comparte los postulados comunicativos, ya que se desarrollan las destrezas lingüísticas aunque no de una manera homogénea, como vamos a pasar a ilustrar a continuación; y por otro, el enfoque por tareas, proponiéndose concretamente dos en su apéndice final.

El soporte que predomina es el texto (46%), en la mayoría de los casos va acompañado de imágenes, fotos, gráficos, etc. (31%), aunque solo en tres colores (blanco, negro y azul), lo que dificulta y empobrece la explotación didáctica. También se emplea una gran variedad de gráficos y tablas que necesitarían ser actualizados ya que desde 2006, año de su publicación, han perdido vigencia.

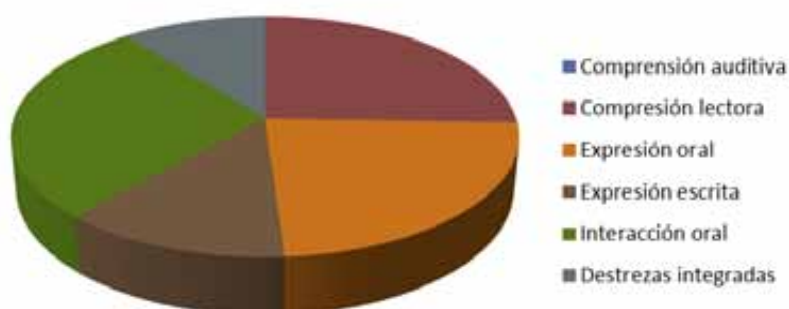
En cuanto al sistema formal, se da más importancia a los exponentes funcionales (79%) y al léxico (21%) en segundo lugar, típico del enfoque comunicativo de primera generación. La gramática no está presente en el texto, por lo que se puede deducir que subyace la creencia que el alumno la adquirirá a través de la imitación de los textos y de las actividades propuestas.

Tampoco hemos encontrado ejercicios dedicados a la grafía ni a la fonética, algo bastante normal en un texto dirigido a un nivel B2, máxime en un manual donde prima sobre todo la comunicación y no tanto la corrección lingüística, como podemos deducir. Las destrezas de comunicación están presentes, salvo la comprensión auditiva, que como hemos señalado anteriormente no se trabaja suficientemente por falta de material audio.

En coherencia con el enfoque elegido predominan la expresión y la interacción orales con un 23% y 28% respectivamente; además de la comprensión lectora que ocupa un lugar destacado con un 26%, debido a que el material didáctico es principalmente texto. A la expresión escrita se dedica un 13%, aunque faltan muchos de los escritos profesionales, como puede ser la correspondencia turística entre otras; no se presentan modelos de escritos que tendrían que conocer los alumnos para poder obtener el Certificado Superior de Español. Además tampoco está debidamente señalada, como por otro lado ocurre con el resto de las destrezas comunicativas. Como hemos apuntado en otras ocasiones, en muchos de los MET, con frecuencia, no se indican a través de

iconos o imágenes las destrezas que el alumno pone en práctica en cada una de las actividades, ni tampoco el sistema de agrupación de los estudiantes, por lo que queda al libre criterio del profesor la forma de proponer las actividades. Por último, las destrezas integradas representan el 11%.

Destrezas de comunicación



No se tienen en cuenta las destrezas del aprendizaje. No hemos hallado actividades encaminadas a regular el proceso de aprendizaje o sea de planificación, monitorización y autoevaluación. Así como tareas dirigidas a desarrollar la competencia de aprendizaje como estrategias de memoria, detección de errores o fichas de autoevaluación.

En cuanto al papel asignado al alumno sigue siendo bastante pasivo, que debe interaccionar directamente con el profesor que imparte una clase frontal, como podemos ver por el predominio del agente individual (82%) frente a la pareja (9%).

Este manual, como anuncia su propio título, está vertebrado en diez temas, que a su vez se subdividen en fichas con una propuesta de actividades recopilatorias al final de cada uno. Generalmente, son una serie de ejercicios que están dirigidos a sintetizar y poner en práctica los conceptos presentados a lo largo de la unidad y que consisten en juegos de simulación, trabajos en parejas e incluso de producción escrita. Los temas propuestos son el turismo, las agencias de viajes, el transporte aéreo, el transporte por ferrocarril, por carretera y marítimo, los alojamientos turísticos, la restauración, el turismo cultural y de ocio, los eventos turísticos, los seguros de viaje y sanidad y, por último, el marketing turístico. Así como dos tareas finales, la primera propone montar un SPA y la segunda la organización de un itinerario turístico. Además al final del texto se adjunta un modelo de examen del Certificado Superior del Español del Turismo.

Los criterios de selección que se han seguido tienen que ver con el programa o temario de la Cámara oficial de Madrid.

Cada uno de los textos comienza con un ejercicio de prelectura en el que se realiza una especie de lluvia de ideas para detectar el conocimiento previo del discente, posteriormente se presenta el texto y se proponen una serie de actividades de comprensión, otras para trabajar el léxico o conceptos básicos presentados y al final ejercicios de post-lectura o consolidación.

A diferencia de otros textos analizados presenta una gran tipología de textos, desde estudios de organismos oficiales a encuestas, pasando por el análisis de gráficos o el estudio de casos, entre otros. Ofreciendo al alumno una gran tipología textual y variedad de registros.

En cuanto a los contenidos socioculturales presentes en el *MCER* no se tienen muy en cuenta. Hemos encontrado muy pocas alusiones, solo aparecen referentes de la vida cotidiana como comidas y bebidas, y actividades de ocio.

Por el contrario, están muy presentes los contenidos del ET como se puede ver en el gráfico de abajo. A diferencia de otros textos predominan los referentes a los medios de transporte y en segundo lugar al turismo como objeto de estudio. Le sigue la restauración, los alojamientos, las agencias de viajes, las reuniones profesionales, las quejas y reclamaciones y, por último, las formas de pago. También hemos hallado un tema que solo está presente en este texto que es el *márketing* turístico y la publicidad.



En este manual hemos encontrado escasas referencias a las metas turísticas y ninguna al ámbito profesional, que consideramos de interés para el futuro profesional del turismo.

Por lo que se refiere a la competencia sociolingüística está más presente que otros textos sobre todo lo que el *MCER* denomina las expresiones de sabiduría popular y las diferencias de registro ya que, además de los textos formales, también se pone a disposición del alumno textos coloquiales con expresiones idiomáticas o modismos. Pero hemos echado en falta explicaciones sobre su uso, por lo que tendrá que ser el profesor el que deberá ocuparse de estas carencias.

Por último, la competencia intercultural y pluricultural se tienen en cuenta gracias a las actividades propuestas en las cuales se pide al alumno que reflexione sobre la propia cultura así como entre en contacto con referentes culturales de otras, tal como anunciaban las autoras en la presentación del texto. Pese a que hemos de señalar que el ámbito cultural predominante es España, como por otro lado es muy común en los materiales de ET.


A modo de conclusión podemos decir que *Temas de Turismo* tiene un diseño coherente con un enfoque comunicativo aunque, como hemos puesto en evidencia anteriormente, presenta algunas carencias que deberá suplir de alguna manera el profesor como son la falta por una parte de material audio/vídeo, por otra de reflexiones gramaticales y ejercicios que ayuden a los alumnos a su adquisición y sistematización; y, por último, la presentación de modelos de escritos profesionales con sus consiguientes ejercicios para su explotación.

Un aspecto positivo de este manual es que tiene muy en cuenta la implicación del alumno a través de los enunciados de sus ejercicios donde se le pide que elija qué hacer y cómo hacerlo tuteándolo. Pero se han descuidado algunos aspectos importantes como son que el discente sea consciente del contenido y del propio proceso de aprendizaje, fundamentales para el desarrollo de su autonomía. No se han diseñado tareas para que el alumno reflexione sobre la lengua como sistema formal, descubriendo sus características y pudiendo poner en práctica estrategias que le ayuden a aprender. También sería importante introducir ejercicios cuyo objetivo sea el desarrollo de la competencia gramatical dado que es una de las partes del examen del Certificado Superior de Turismo.

También sería importante que en el texto se reflexionase más sobre algunos aspectos socioculturales previstos en el *MCER* que ayuden al alumno a ver la C2 como un nativo,

permitiendo la comparación con la propia cultura de forma que se eviten los temidos “malentendidos culturales”.

MATERIAL 7

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>¡Buen Viaje!</i>	
Autora	Laura Pierozzi	
Lugar y año	Bolonia, 2007	
Nivel	A2-B1	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; celebraciones, festividades y bailes; ceremonias y prácticas religiosas; metas turísticas; alojamiento; arte y arquitectura; geografía, naturaleza y clima; características de las CCAA; reuniones profesionales, reclamaciones y quejas, historia, ámbito profesional y formas de pago, actividades de ocio, tradiciones y culturas regionales.	

Buen Viaje es un texto dirigido a italófonos que ya han adquirido un nivel A2 y que desean profundizar en el conocimiento lingüístico en ámbito turístico.

Se decanta por una metodología nociofuncional y un análisis contrastivo de la lengua, como se anuncia en el prólogo y se puede ver en su índice dividido en tres secciones: léxico, funciones y gramática; así como en el inicio de cada unidad, donde se presentan los contenidos siguiendo este mismo criterio.

Es un manual que ofrece una gran cantidad de imágenes, dibujos, y fotos, aunque solo en tres colores: naranja, blanco y negro, lo que empobrece la explotación didáctica. El

soporte que predomina es el mixto 50% (texto con imágenes). Lo que favorece los distintos estilos cognitivos.

A diferencia de otros materiales del ET va acompañado de un cdé (soporte sonoro 5%) con ejercicios para su explotación.

Por lo que se refiere a las destrezas de comunicación, se da un cierto desequilibrio entre ellas. La que más se trabaja es la comprensión de lectura con un 45%, en segundo lugar la expresión oral 18%, la expresión escrita 15%, la comprensión auditiva 13%, las destrezas integradas 8% y, por último, la interacción oral (1%). Se propone un modelo unidireccional profesor-alumno, de hecho el 93% de las actividades están planteadas para hacerlas de forma individual.

Como se puede observar en el siguiente gráfico.



Hay que señalar que, a diferencia de otros materiales del ET, dedica un gran espacio a los escritos profesionales del turismo. Asimismo, se presentan modelos y esquemas con las estructuras más usadas de gran utilidad para un profesional del turismo, proponiendo a su vez actividades para su uso.

Las destrezas de aprendizaje, en cambio, no las tiene en cuenta ya que no hemos encontrado actividades dirigidas a la negociación de objetivos, contenidos o procedimientos. Tampoco se da espacio a la autoevaluación.

El texto está dividido en tres partes: la primera dedicada al hotel (articulada en siete unidades); la segunda, a las agencias de viajes (dividida en seis unidades; y la tercera, a los contenidos culturales (la parte más extensa, que consta de nueve unidades).

Cada parte está dividida en secciones, la primera consta de la sección A: Presentar el hotel y la B: En la recepción; la segunda se divide en Sección C: En la agencia de viajes

y la D: Los viajes y al final de cada una de ellas hay un apartado dedicado al repaso titulado “¡A repasar!”.

La estructura de las unidades de las dos primeras partes es la siguiente:

- Presentación de un texto (escrito o oral), en el que se presenta el input para que el alumno entre en contacto con las funciones comunicativas de la unidad;
- Una parte dedicada a la adquisición del vocabulario;
- La presentación de las funciones comunicativas con sus ejercicios para practicarlas (presentación y elaboración de texto, orales o escritos) (funciones);
- Una parte dedicada a los contenidos morfosintácticos o a los aspectos gramaticales con sus correspondientes ejercicios;

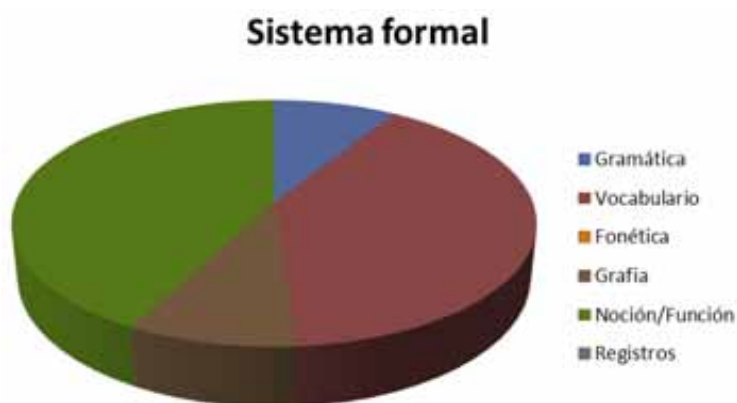
Cada sección concluye con una sección con ejercicios de repaso, cuyos contenidos son coherentes con los objetivos del texto (léxico, exponentes funcionales y gramática).

Además, a lo largo de las unidades los alumnos pueden encontrar una serie de recuadros explicativos para llamar la atención a través de símbolos, como por ejemplo un ojo y su correspondiente exclamación las diferencias gramaticales y sintácticas entre las dos lenguas, en línea con el enfoque contrastivo que declara su autora en la presentación del texto. Y a través de una flecha que indica o bien sugerencias léxicas o sintácticas, o recuerda estructuras lingüísticas ya estudiadas anteriormente o que bien pueden ser útiles para las funciones comunicativas de la unidad (¡Acuérdate!). También se señalan en negrita los verbos con vocales que presentan diptongación o alternancia vocálica.

La tercera parte presenta una estructura distinta a las dos anteriores. Está dividida en dos secciones: Sección E titulada “Cultura de España”, que consta de cuatro unidades y la F, con el nombre de “Las zonas de España”, más extensa, con cinco lecciones. Cada una de las unidades de esta parte presenta explicaciones teóricas y ejercicios prácticos y se concluye con ejercicios de repaso (¡A trabajar!).

Las veintidós unidades están estructuradas de forma que se desarrollen las cuatro destrezas lingüísticas bien evidenciadas a través de símbolos: un libro para la comprensión de lectura, un lápiz para la producción escrita, un cedé para la comprensión oral y un bocadillo con la expresión *bla, bla... para la expresión oral*; de forma que el alumno sea consciente de las habilidades que está practicando.

En cuanto al sistema formal, su diseño es bastante coherente con el enfoque metodológico elegido. El 42% de las actividades van encaminadas a la práctica de los exponentes funcionales, el 40% a la adquisición del vocabulario, el 9 % a la gramática y el 9% restante a la grafía. Pero no se han encontrado ejercicios dedicados a la fonética. El gráfico resultante es el siguiente:



Aunque no ocurre lo mismo con las destrezas de comunicación, donde se da un cierto desequilibrio. La que más se trabaja es la comprensión de lectura con un 45%, en segundo lugar la expresión oral 18%, la expresión escrita 15%, la comprensión auditiva 13%, las destrezas integradas 8% y, por último, la interacción oral (1%). Por lo que se propone un modelo unidireccional profesor-alumno, de hecho el 93% de las actividades están planteadas para hacerlas de forma individual.

Hay que señalar que, a diferencia de otros manuales, dedica un gran espacio a los escritos profesionales del ET. Asimismo, se presentan modelos y esquemas con las estructuras más usadas, de gran utilidad para un profesional del turismo, proponiendo a su vez actividades para su uso.

Un aspecto negativo de este manual es que no desarrolla suficientemente la autonomía del alumno, o sea que no se ponen en marcha procesos en los que el alumno “aprenda a aprender” para que, como dice el *MCER* (2002: 99), el alumno aborde con mayor eficacia e independencia los nuevos desafíos del aprendizaje de la lengua y que sea consciente y tenga el control del propio proceso de aprendizaje. Tampoco se prevé la autoevaluación por parte del aprendiz.

Se pone en práctica la mediación solo a través de la traducción y de algún resumen, descartando la mediación oral y otras actividades de mediación escrita como la paráfrasis. He aquí un ejemplo de ejercicio de traducción propuesto en el manual:

15. Traduce al español.

- Mi servono delle grucce per l'armadio. Me le potete portare?
- Abbiamo bisogno del suo documento per registrare la prenotazione.
- I clienti della stanza 209 hanno bisogno di uno spazzolino da denti e un dentifricio. Portateglieli subito!
- Al cliente serve il numero del conto per inviare l'anticipo.
- Mi scusi, l'armadio è rotto: non si apre e ho bisogno di aprirlo. - Risolviamo il problema prima possibile, signora.

74 setenta y cuatro

Por lo que podemos afirmar que el alumno no está colocado en el centro del proceso de aprendizaje, más bien es un ejecutor. Se le pide que realice una serie de ejercicios más o menos mecánicos, y esto se puede notar en los enunciados de los ejercicios como “Vuelve a leer los diálogos...”.

Se han hallado algunas actividades que invitan a la reflexión metalingüística, pero son escasas y no se plantean de forma sistemática en todas las unidades, como se puede

FUNCIÓNES Sección A - Unidad 1

Describir un hotel

Como has visto en los anuncios iniciales, tras mencionar la ubicación hay que hablar de sus habitaciones e instalaciones. En la descripción de un hotel los verbos más empleados son:

- tener
- contar con
- disponer de
- completarse con

Hablando de las habitaciones se emplea mucho la expresión *equipadas con*...

Al hablar de un hotel se suele mencionar también los regímenes que propone. Los verbos para esto son: *propone*, *ofrece*.

¡Ojo!
Atención también de la preposición que sigue cada verbo.
Es importante que aprendas todas estas expresiones para evitar repeticiones en la descripción.

Sugerencias

- El verbo *beber* no se utiliza mucho en los folletos o anuncios publicitarios, sin embargo no es un error emplearlo.
- El verbo *completarse* siempre se utiliza al final de la descripción. Una variante no reflexiva de este verbo se encuentra en la expresión *Completar sus instalaciones con*...



11. Completa según convenga.

- El hotel _____ de un restaurante abierto todo el día.
- El establecimiento, _____ en el corazón de la ciudad, _____ con un aparcamiento y dos piscinas.
- Las habitaciones están equipadas _____ aire acondicionado, caja fuerte y baño.
- El restaurante dispone _____ un amplio comedor con chimenea.
- El hotel cuenta _____ una sala de reuniones con 50 asientos.
- El conjunto se _____ con un campo de golf.
- _____ régimen de media pensión o pensión completa.

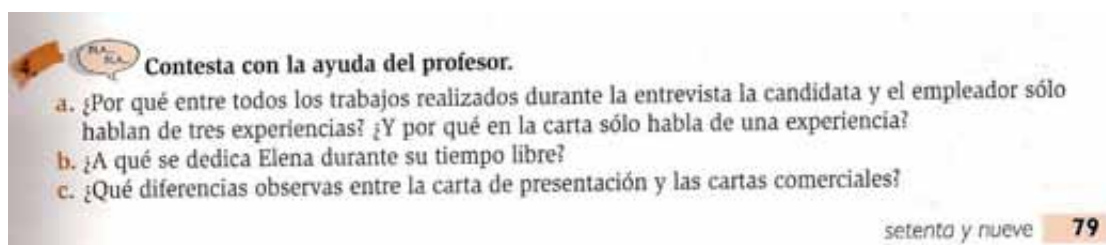
12. Busca los 10 errores y corrígelos volviendo a escribir el texto correcto.

El hotel se encuentra en el casco antiguo del pueblo y está a pocos pasos de la estación de trenes. Cuenta de 86 habitaciones, muchos con vista a la playa, todas disponen de aire acondicionada, caja fuerte, balón, baño con secador, bañera y ducha. El establecimiento se completa de aparcamiento, dos piscinas, paleta y campo de tenis. Ofrece regímenes de media pensión.

observar en el siguiente ejemplo.

Se dan pocas oportunidades al alumno para que observe y descubra por sí mismo, de forma que vaya incorporando los nuevos conocimientos a los ya existentes. En el caso anterior antes de presentar la función “describir un hotel” sería conveniente pedir al alumno que busque las expresiones que aparecen en el texto²⁷ para describir, de forma que reflexione sobre el sistema formal de la lengua.

El papel del profesor sigue siendo fundamental y central. Deberá ser él el que interactúe directamente con el alumno. Esto se puede observar en enunciados como “conteste con ayuda del profesor”, que aparece en repetidas ocasiones; o preguntas personales que no dan la posibilidad de dialogar con los otros discentes, como en los siguientes ejemplos:



Contesta con la ayuda del profesor.

- ¿Por qué entre todos los trabajos realizados durante la entrevista la candidata y el empleador sólo hablan de tres experiencias? ¿Y por qué en la carta sólo habla de una experiencia?
- ¿A qué se dedica Elena durante su tiempo libre?
- ¿Qué diferencias observas entre la carta de presentación y las cartas comerciales?

setenta y nueve **79**

En cuanto a los contenidos socioculturales del *MCER*, están más presentes respecto a otros MET, pero no se han encontrado una gran variedad de temas. Concretamente, como se puede apreciar en el gráfico de abajo, la mayoría se refieren a la comida y la bebida, a las celebraciones, festividades y bailes, a las celebraciones y prácticas religiosas y, por último, a las culturas regionales y ocio.



²⁷ Cada unidad comienza con un texto escrito cuya finalidad es introducir el tema que se tratará a lo largo de la lección.

Como en el resto de los MET, los referentes culturales que más abundan son los referidos a los contenidos del ET, como se puede ver en el gráfico.



Los que más predominan, como se puede observar, son los alojamientos, después las metas turísticas, las reclamaciones y quejas y los transportes. Siguen las reuniones profesionales, las agencias de viajes, la geografía, ambiente y clima, el ámbito profesional (búsqueda de empleo), las características de las comunidades autónomas y lenguas habladas, que es un tema que hemos hallado solo en este manual. Digno de mención es el ejercicio de abajo. Además de la historia, la organización política y la forma de pago.

16. Con la ayuda del profesor relaciona las frases de igual significado.

CASTELLANO	CATALAN	GALLEGO	VASCO
¿Debes tomar algo?	Estem a la seva disposició	Estanos a sua disposición	¿Zerbat hartzerik nahi al dastu?
¿Cuál es tu dirección?	Estiu a l'hotel Palace	¿Cal é o teu endrezo?	¿Zin da zure helbidea?
Estoy en el hotel Palace	¿Desitja qualcos?	¿Desira tomar alguma coisa?	Palace hoteletan nago
Estamos a su disposición	¿Quina és la seva adreça?	Estiu no hotel Palace	Ederki oibertuta gara

17. Escucha los textos siguientes: el primero está en gallego, el segundo en catalán y el último en vasco. ¿De qué tratan los tres? ¿Cuál es el más fácil de entender?

a. Texto en gallego.
A ría de Vigo estíbase de sudoeste a noroeste, a xeito de lanza marítima que se vai estreitando a medida que camiñamos cara ao interior. Á entrada da ría de Vigo, a seta de tres naus pétreas varadas no océano, atópanse as illas Cíes que, xunto ás illas de Ons, á illa de Sálvora, e á illa de Cortegada, forman o Parque Nacional das Illas Atlánticas. As Cíes presentan formas diferenciadas de oeste a leste. Cara ao poñente aparece unha liña de costa inaccesible, con impresionantes acantilados nos que se abríron numerosas covas (furnas) e nos que anida unha gran cantidade de fauna. Pola contra, cara ao interior da ría o relevo é máis suave, as pendentes son menores e iso propician a sêñese de fermosas praias.

b. Texto en catalán.
Us agraden els paisatges d'alta muntanya? La llarga serralada dels Pirineus té en terres catalanes un ampli sector encarat a migdia, amb cims altíssims que donen valls pregones, prats alpins, boscos d'avets i estanys d'aigües cristal·lines. Hi trobem extraordinaris parcs d'alta muntanya, com el Parc Nacional d'Aigües Tortes i Estany de Sant Miquel o el Parc Natural del Cadí-Moixeró. La llarga hivernada dona lloc a nombroses estacions d'esquí alpí i de fons, dotades de tots els serveis. En èpoques més estivals s'hi practiquen - a més de l'excursionisme i el senderisme - tota mena d'esports d'avençura. La cuina de muntanya té també un prestigi merescut.

c. Texto en vasco.
Donostia-ko hondartzak hiriarren ezagarriz nagusietako bat izan ohi dira, hirian bertan kokatuta baitaude. Hondartzak bakoitzak bere norabidea eta ezagarriz finkoak ditu, baina, desberdinak izan arren, ingurumena kodetzeko Sistema batetik hartzen dituztenak berriz. Sistema horiek zehitu jasangarria eta gero eta hobea eman nahi die hondartzetara joaten direnei.

Llama la atención que no se haga referencia a un sector tan importante en el ET como es la restauración, ni que aparezcan temas técnicos del turismo como concepto como hemos visto en otros textos.

Por lo que concierne a la competencia sociolingüística no está muy presente, aunque hemos encontrado algún ejercicio dedicado al dialecto y al acento (en los que se presentan las variantes del castellano y el fenómeno del seseo y el yeísmo). En cambio la competencia intercultural se tiene mucho más en cuenta, con frecuencia se pide al alumno que compare la cultura italiana y española, así como que traduzca al italiano o al español, realizando actividades de mediación lingüística.

La competencia pluricultural y plurilingüe no se desarrollan prácticamente ya que se realizan escasas alusiones a otras culturas o lenguas. Lo que resulta un tanto anómalo en un sector tan internacional como el turismo, en el que están presentes términos de otras lenguas como el inglés y francés.

En cuanto a la variedad de la lengua predomina la peninsular, alternando en las grabaciones acentos de varias regiones españolas como catalán y castellano pero también se realiza alguna referencia a la variedad meridional en el ejercicio 12 de la página 180, y en el 13 que se reflexiona sobre el seseo y el yeísmo. Pero siempre dentro del ámbito cultural español, ya que no se hace ninguna referencia a Hispanoamérica.

Como en los anteriores manuales analizados, predomina el registro formal sin que se haga ninguna aclaración pragmática sobre el uso del tú y del usted.

Se coloca al discente únicamente en situaciones en las que tiene que interaccionar con un cliente pero no se tiene en cuenta que en el mundo laboral tendrá que interactuar también con compañeros con los que deberá usar un registro informal.

Para concluir podemos decir que *Buen Viaje* es un manual que tiene muy en cuenta las dificultades con las que se puede encontrar un alumno italiano, de ahí que haga hincapié en aquellos aspectos más complejos para un italófono desde una perspectiva contrastiva de la lengua. Aunque desarrolla poco las destrezas de aprendizaje para que el alumno trabaje de forma autónoma y se coloque en el centro del proceso de aprendizaje.


Asimismo, tiene muy en cuenta el componente sociocultural, de ahí que dedique una completa sección a la cultura española, aunque la presenta como única referencia, desde una perspectiva sobre todo monocultural. Aparecen, por un lado, temas que no son solo los típicos de turismo que hacen referencia a la organización política y la historia de

España, así como las lenguas habladas, que no hemos encontrado en otros materiales. Y por otro, faltan algunos que están siempre presentes como la restauración y conceptos técnicos del turismo. Tampoco hemos encontrado actividades dirigidas a la reflexión sobre los perfiles profesionales como en otros textos, ni juegos de rol para resolver problemas con los que se puede encontrar el profesional del turismo, de forma que el alumno pueda desarrollar la competencia social.

Además sería importante que se desarrollase mayormente la competencia pluricultural y plurilingüe.

El manual cuenta con un gran número de actividades que siguen una secuenciación y dependencia entre ellas, pero se observa un claro predominio de las actividades escritas frente a las orales. Además no siempre son coherentes con los postulados comunicativos porque se presentan sin contexto por lo que carecen de autenticidad; tampoco se implica suficientemente al aprendiz, sobre todo en los ejercicios gramaticales y de repaso, ni se focaliza la actividad. Por último, en el diseño de las tareas no se ha tenido presente el desarrollo de la autonomía del discente, de ahí que en el texto no aparezcan actividades dirigidas a la reflexión metalingüística y a la concienciación del propio proceso de aprendizaje.

MATERIAL 8

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Bienvenidos 2: español para profesionales/turismo y hostelería</i> , libro del alumno	
Autor	MARGARITA GODED, ANA HERMOSO, RAQUEL VALERA	
Lugar y año	Madrid, 2007	
Nivel	B1	

Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; metas turísticas; ámbito profesional; alojamientos; transportes; arte y arquitectura; turismo; restauración; metas turísticas; reuniones profesionales y ámbito profesional
-------------------------------------	--

La segunda parte del método comparte en buena parte las características del nivel I del que nos hemos ocupado anteriormente, por lo que no repetiremos lo dicho sino que nos centraremos en aquellos aspectos más novedosos y diferenciadores.

Uno de los cambios que salta a la vista es el código de colores con respecto al manual anterior. Se ha elegido el granate para las unidades dedicadas al *turismo*; el oro para aquellas dedicadas al *hotel* y el violeta para la *hostelería*. Aunque no entendemos el motivo de tal elección, dado que se trata de un método y sería más coherente mantener el mismo criterio en los distintos niveles.

Además, hemos notado algunas mejoras respecto al primer texto como dar un título a algunas secciones que no lo tenían (*En contexto, Escucha; Nuestro mundo y Profesiones*), si bien ya aparecían sin título lo que resultaba menos claro y más difícil de identificar para el alumno. También se ha incluido en las unidades de repaso un apartado dedicado a la autoevaluación, que se había descuidado en el primer nivel y que es importante para que el aprendiz sea consciente y protagonista del propio proceso de aprendizaje, como se puede observar en el ejemplo de abajo. Solo se tiene presente la gramática y el léxico.


10 Comprueba lo que has aprendido en este bloque y lo que necesitas repasar. Contesta a las siguientes preguntas.

EVALUACIÓN DEL LÉXICO Y LA GRAMÁTICA

1. Escribe tres lugares donde te puedes alojar:
2. Escribe el nombre de tres platos típicos:
3. ¿Cómo funciona el verbo *gustar*? Explicalo:
4. ¿Cuándo se usan el Pretérito Perfecto y el Indefinido?
5. Escribe dos o tres frases con los verbos *hay* y *estar*:

EVALUACIÓN DE LA COMPRENSIÓN

1. ¿Has entendido bien las audiciones de las unidades? ¿Por qué?
2. ¿Has entendido bien las instrucciones de los ejercicios? ¿Por qué?
3. ¿Conoces la estructura del libro? ¿Cómo es?
4. ¿Eres capaz de conversar con tus amigos sobre los contenidos y los temas que has aprendido? ¿Por qué?

 **Todas las dificultades que tienes debes comentárselas al profesor. Identifica dónde está el problema y trabaja en aquel aspecto que no comprendas o que no domines.**

Otro apartado nuevo es el de *comunicación*, colocado junto a los ejercicios de producción oral, y en el que se indican las funciones comunicativas que puede emplear el alumno, como el siguiente:

Comunicación

Expresar gustos y preferencias

Gustar | + infinitivo / nombre
Preferir |

- ▼ *A mí me gusta el pollo. ¿Y a ti?*
- ◆ *No, a mí me gusta más la carne. De todas formas, prefiero comer verduras.*

Por último, el texto da una visión menos peninsular del español dedicando un mayor número de páginas a otros países hispanos. Esto se refleja también en el glosario situado

al final del libro donde se hace referencia por primera vez a americanismos como *manejar* (conducir), *pueblito* (Arg.), *viejo* (colega), etc. Y donde se incluye el alemán a los cinco idiomas precedentes²⁸ del primer nivel.

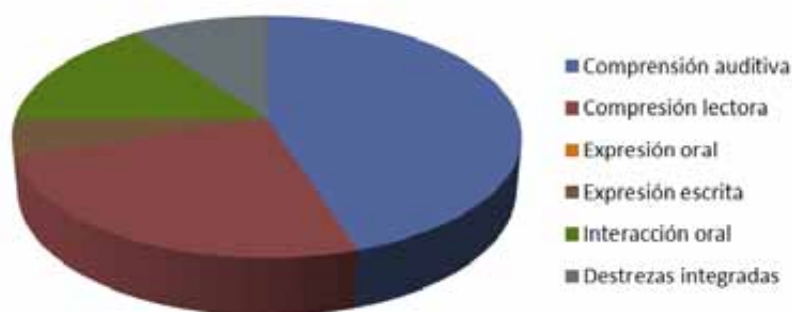
A diferencia de otros textos, presenta un buen equilibrio en los soportes elegidos. Concretamente llama la atención la presencia de material audio (36%), algo poco común, como hemos visto en muchos MET.



El número de actividades dirigidas a la práctica del sistema formal presentan un buen equilibrio, aunque se observa una mayor atención hacia la gramática (36%) y el vocabulario (24%); dejando en segundo lugar el registro (20%) y los exponentes funcionales (20%). En coherencia con el tipo de destrezas lingüísticas que se fomentan, donde predominan la comprensión auditiva (45%) y lectora (25%). Así, se desarrollan más las destrezas de reconocimiento que las de recuperación, lo que llama bastante la atención. Podemos afirmar que el diseño de las actividades no sigue un enfoque comunicativo, sino que más bien está dirigido a que el alumno entienda los textos que se le presentan.

²⁸ En el glosario del nivel I estaban presentes el español, el holandés, el inglés, el francés y el italiano.

Destrezas de comunicación



Aunque podemos afirmar que respecto al nivel 1 las actividades aparecen mayormente contextualizadas, como por ejemplo el ej. 10.b que dice “trabajas de camarero en El Chuletón, un restaurante de lujo. Tienes un nuevo compañero que es extranjero y tiene problemas con un cliente. Escucha el audio y corrige lo que está mal tomado en la comanda”. O el ej. 14: “Usted es un experto en vino. De acuerdo con las siguientes indicaciones, dé instrucciones a sus empleados para que mantengan el vino en las condiciones adecuadas.”

Pero en los ejercicios predomina el agente individual (79%) frente al grupo (11%) y pareja (8%). Asimismo hemos observado una mayor dependencia entre las tareas a deferencia del nivel I de esta forma la ejecución de la actividad cobra sentido para el alumno. Por ejemplo, en la unidad 2 el ejercicio 3 presenta la descripción de tres paradores (Gerona, Cuenca y Cáceres) y se pide que busquen los sinónimos de las palabras en negrita; en el ej. 4 se dice que se lea las actividades y se diga las que corresponden al parador de Gerona; en el ej. 5 se propone la descripción de las habitaciones de uno de los hoteles y se pregunta por el tiempo verbal y en el ej. 6 se pregunta cuál de las fotografías corresponde a la descripción anterior. Como podemos ver, las tareas implican al discente a través de simulaciones o role-plays. También recae más la atención sobre el ejercicio que sobre la lengua en sí, y se da más posibilidades de elección al discente como en el ej. 4 pág. 10: “Averigua qué obras arquitectónicas y artísticas puedes encontrar en estas rutas. Escribe en tu agenda los tres lugares de este itinerario que más te interesen conocer y justifica el motivo”.

También se da una mejor sistematización y secuenciación en las actividades; un ejemplo es el ejercicio 14 pág. 15: “Escucha la descripción de algunas etapas del Camino de Santiago en la ruta aragonesa y rodea con un círculo las palabras que se

mencionan”. En la tarea de la misma página se dice: “En grupos. Elegid un lugar conocido de turismo religioso en un país de habla hispana y buscad información en agencias de viaje, guías de turismo con dos alternativas: un viaje muy barato para jóvenes estudiantes y otro de lujo para un matrimonio de turistas adinerados y muy exigentes. Haced un catálogo que recoja todos los viajes que habéis seleccionado”. La flexibilidad de resolución está presente en la mayoría de las tareas, permitiendo que la actividad sea resuelta por alumnos de distintos niveles de lengua, pero siguen siendo escasos.

9 En parejas.

Alumno A: Eres un doctor que trabaja en una consulta de Nutrición. Recibes a pacientes con diferentes problemas de salud y les debes recomendar alimentos en función de su problema. Consulta la tabla para guiarte.

No debe tomar grasas animales. Tiene que tomar mucho pescado azul, verduras, aceite de oliva. Y un consejo que es bueno para todo el mundo: Hay que hacer ejercicio.

ENFERMEDAD	ALIMENTOS PROHIBIDOS	ALIMENTOS RECOMENDADOS
Colesterol	Huevos, grasas animales.	Pescado azul, aceite de oliva.
Diabetes	Azúcar, fruta, postres, helados.	Sacarina, fructosa.
Obesidad	Grasas e hidratos de carbono rápidos.	Frutas, verduras, carnes y pescados a la plancha.
Anemia	Alimentos industriales como patatas fritas.	Alimentos ricos en hierro, como lentejas, fresas, kiwi, hígado.

Alumno B: Eres un paciente con diferentes problemas de salud y vas a la consulta de Nutrición para pedir consejo al doctor sobre lo que debes tomar. Escucha los consejos que te da y coméntale si te parece bien el régimen que te prescribe.

Doctor, tengo el colesterol muy alto. ¿Qué me recomienda?

El alumno ocupa un papel más central que en el anterior nivel ya que se implica en mayor medida en las actividades, como hemos visto anteriormente; pero creemos que no se le dan suficientes oportunidades para interactuar con otros alumnos porque, como habíamos afirmado anteriormente, predominan los ejercicios individuales y el modelo de clase frontal.

El discente puede adquirir una mayor conciencia del contenido a través de los objetivos colocados al inicio de la unidad y de los recuadros dedicados a la comunicación, léxico o gramática; y del proceso con las fichas de autoevaluación situadas en las unidades de

repaso, aunque es la única destreza de aprendizaje que se tiene presente en el diseño del manual.

En cuanto a los contenidos socioculturales previstos en el *MCER*, se tienen poco en cuenta. Hemos hallado solo referencia a la comida y bebida, y a las convenciones sociales en comidas y bebidas.

En cambio, como era de esperar, están más presentes los contenidos del ET como se puede observar en el gráfico. Los más numerosos, una vez más son los referentes a los alojamientos y, en segundo lugar, al turismo y restauración. También están presentes los transportes, el arte y la arquitectura, las reuniones profesionales y el ámbito profesional.



Podemos observar con respecto al nivel I que prácticamente se mantienen los mismos contenidos, salvo las quejas y reclamaciones, y las formas de pago que no están presentes en este texto.

Por último, un aspecto positivo y novedoso respecto a otros MET es que se fomenta la interculturalidad y la multiculturalidad. Además, no se hace solo referencia al ámbito español sino que se presentan otros países hispanoamericanos.

La competencia sociolingüística sigue estando poco presente, aunque se desarrollan las diferencias de registro formal e informal incluso en algunos países de hispanoamérica y el dialecto y el acento.

Podemos concluir que el nivel II presenta mejoras significativas, como son la mayor claridad de las secciones; contextualización de muchas actividades; mejor dependencia, secuenciación y sistematización de las tareas; mayor centralidad del alumno implicándolo más y haciéndolo más responsable del propio proceso de aprendizaje.

Asimismo, se han tenido más en cuenta con respecto al primer nivel la competencia multicultural e intercultural. Presentando otros ámbitos culturales, concretamente Argentina, Uruguay y México. Sería interesante introducir algunos contenidos del *MCER* como pueden ser los referentes de las convenciones sociales o el lenguaje corporal que pueden resultar muy útiles para un futuro profesional del turismo con un nivel de lengua B1.

Por último, se han descuidado dos cuestiones fundamentales como son la expresión e interacción oral del aprendiz, y el diseño de los ejercicios gramaticales poco coherentes con un enfoque comunicativo de la lengua, que son un retazo de los viejos métodos estructuralistas.

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Bienvenidos II</i> , Cuaderno de ejercicios	
Autores	LUCÍA ANTOLÍN, MARGARITA GODET Y RAQUEL VARELA	
Lugar y año	España 2006	
Nivel	B1	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; actividades de ocio; metas turísticas; productos y creaciones culturales; arte y arquitectura; transportes; reuniones profesionales y geografía naturaleza y clima.	

El presente cuaderno mantiene la misma estructura del libro del alumno, o sea se vertebrará en tres bloques constituidos por tres unidades cada uno y al final de cada bloque se dedica una sección al repaso de los contenidos tratados.

En la parte final del texto los alumnos tienen a disposición una sección llamada “Mi diccionario”, donde aparece un listado de palabras en español en orden alfabético, divididas por unidades para que el discente pueda traducir a su lengua los términos más importantes aparecidos a lo largo del libro. Cuenta con la clave de los ejercicios de forma que el alumno pueda trabajar autónomamente.

A diferencia del libro de texto, el cuaderno está impreso en dos colores y predomina el soporte escrito, algo normal tratándose de material complementario. Pero debemos señalar que están presentes imágenes y dibujos que favorecen los diversos estilos de aprendizaje.

La mayoría de las actividades van encaminadas a potenciar la gramática, en primer lugar, y el léxico, en segundo lugar, con ejercicios de corte estructuralista, donde predominan los de huecos. Además, los enunciados aparecen descontextualizados y no se da una dependencia entre ellos. También, aunque en menor número, aparecen ejercicios dedicados a la ortografía.

En cuanto a las destrezas de comunicación predominan la expresión escrita y la comprensión de lectura ya que, a diferencia del libro del alumno, no aparecen ejercicios para el desarrollo de la comprensión auditiva y la interacción oral.

Asimismo, no se han tenido en cuenta las destrezas de aprendizaje, que sí estaban presentes, en parte, en el libro de texto a través de la autoevaluación. Creemos que podría ser útil para contribuir a la autonomía del estudiante que se incluyeran actividades de reflexión del sistema formal de manera que el alumno pueda deducir reglas, estimular al estudiante a que infiera el significado de las palabras y que las aprenda en contexto, así como fomentar la memoria a través de mapas conceptuales y asociogramas.


En cuanto a los contenidos culturales, como es bastante común en los MET, están poco presentes los contenidos del *MCER*, salvo la comida y bebida, además de una referencia a las actividades de ocio. En cambio, hemos hallado más referencias a los contenidos del ET, en orden de recurrencia: metas turísticas, productos y creaciones culturales, arte y arquitectura, alojamientos, transportes, reuniones profesionales y geografía, naturaleza y clima.

Por lo que se refiere a la competencia sociolingüística, intercultural y pluricultural no hemos encontrado actividades encaminadas a su desarrollo.

Predomina el ámbito español, pese a que se hace alguna referencia a algún país hispano; y la orientación preferente es la monocultural, a diferencia del libro de texto que tiene un corte más pluricultural y donde la interculturalidad está bastante presente.

Para concluir, podemos decir que el cuaderno de ejercicios de *Bienvenidos 2* presenta un corte bastante clásico, de tipo estructuralista, cuyo objetivo fundamental es potenciar los contenidos lingüísticos (gramática, léxico y ortografía). Además, no tiene en cuenta las destrezas de aprendizaje, ni las competencias sociolingüística, intercultural y pluricultural.

MATERIAL 9

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>¡En su punto!</i>	
Autoras	Susana Orozco, Giada Riccobono	
Lugar y año	Milán, 2008	
Nivel	A2	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, horas y práctica de trabajo, ámbito profesional y restauración.	

Es un texto dirigido a italófonos que estudian en Escuelas Profesionales de Hostelería y Restauración, rama de servicios de la restauración, sectores de cocina y sala con un conocimiento de la lengua básico y que, por lo tanto, necesitan profundizar en ella para poderla emplear en el contexto profesional. Según declaran las mismas autoras en su

prólogo, la lengua que se propone es muy básica, puesto que se busca fundamentalmente la adquisición del léxico del sector y de los exponentes funcionales que se emplean en situaciones reales de la vida cotidiana.

El volumen está dividido en 7 módulos temáticos y cada uno de ellos está subdividido en 3 o 4 unidades con un test al final de cada módulo y un glosario de los temas tratados; más un apéndice final titulado *Descubriendo* que trata de la cocina de fiesta en varios países hispanoamericanos.

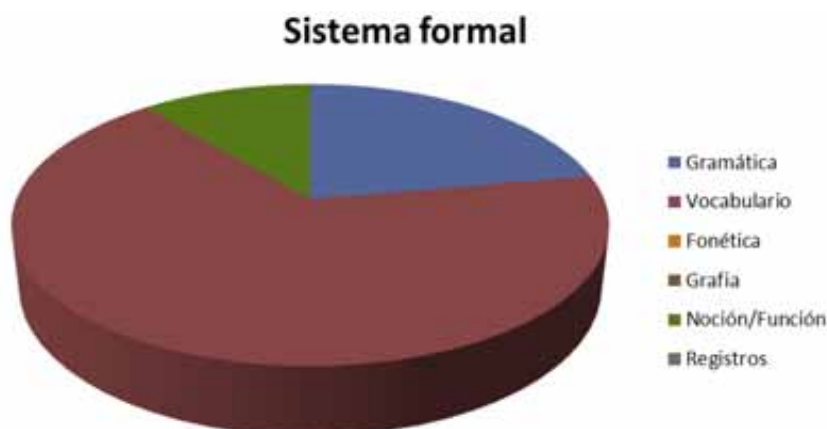
En su índice aparece un listado de temas generales que constituye cada módulo, que a su vez se subdividen y articulan dentro de las veinticuatro unidades del libro. Al inicio de cada uno aparece la presentación de las unidades del módulo junto con las funciones comunicativas, los objetivos gramaticales y léxicos, y los contenidos socioculturales presentes en ellas.

Cada una de las unidades se inicia siempre con un argumento que se va desarrollando a partir de una serie de apartados encaminados al desarrollo de las habilidades lingüísticas. Concretamente *Saber más* profundiza en temas técnicos y de léxico profesional; la sección *Descubriendo* está dedicada a las curiosidades culinarias de los países de lengua española y se propone reflexionar sobre algunos aspectos culturales relacionados con el mundo de la restauración; *Sabías que* ofrece indicaciones relativas al uso de la lengua en contextos muy concretos; y *Recordando* y *¡Ojo!* son espacios destinados a la sintaxis y la gramática.

¡En su punto! es un manual en el que predominan las imágenes a color en coherencia con lo que declaran las autoras, que ponen especial atención en la representación visual del léxico. De hecho, el soporte que más abunda es el mixto (63%), en segundo lugar el sonoro con un 21%. El menos representativo es el texto con un 5%. Resultados que difieren completamente con otros MET que hemos analizado hasta ahora.

En cuanto al sistema formal se observa un predominio de las actividades encaminadas a la adquisición del léxico (67%), como era de esperar y en coherencia con los objetivos del manual; en segundo lugar está la gramática con un 22%; y, por último, los exponentes funcionales 11 %. Resultados estos últimos un poco contradictorios puesto que se da más peso a la gramática que a los exponentes funcionales, en discrepancia con cuanto declaraban las autoras en el prólogo.

Como se puede ver en el gráfico representativo, no se tienen en cuenta ni la grafía, ni la fonética ni los registros, sino que el interés se centra en que el alumno aprenda el léxico especializado.



Las destrezas de comunicación que desarrolla mayormente son las de reconocimiento: comprensión lectora 38%, comprensión auditiva 31%; frente a las productivas que representan un pequeño porcentaje: 15% expresión oral, 8% expresión escrita, 8 % destrezas integradas.

No se proponen ejercicios para que el alumno ponga en práctica las destrezas de aprendizaje, por lo que su papel es más bien pasivo. No se presenta la gramática de forma inductiva, sino que aparecen tablas con reglas y ejercicios para completar sin contextualizar. Tampoco se le ayuda para que sea consciente del propio proceso de aprendizaje y pueda seguir aprendiendo fuera del aula. Esto se puede observar también en el predominio del agente individual (92%) frente a la pareja o el grupo. El profesor, en cambio, es el verdadero protagonista que tendrá que interactuar de forma unidireccional con la clase. Una vez más se mantiene un esquema tradicional en el que no se tienen en cuenta las indicaciones del *MCER* y las nuevas tendencias pedagógicas. Un aspecto positivo del texto es la gran cantidad de ejercicios que propone, pero siempre de corte estructuralista sin contexto lingüístico.

A diferencia de otros MET, predominan los contenidos socioculturales del *MCER*, concretamente los que hacen referencia a la comida y la bebida como era de esperar tratándose de un manual dedicado a la restauración, en segundo lugar aparecen referencias a fiestas y celebraciones que también giran en torno a los platos típicos de las mismas. Pero no se tienen en cuenta las convenciones sociales, que podrían ser muy

útiles para este tipo de perfil profesional. En cambio, los contenidos del ET son mucho más escasos y, al igual que los manuales anteriores, siguen un único tema que es el ámbito profesional de la restauración, a diferencia de lo que ocurre con el resto de los MET.

Aunque debemos señalar que el ámbito cultural predominante es España, se hace alusión a algunos países latinoamericanos.

En cuanto a la competencia sociolingüística se desarrolla de forma parcial, concretamente lo que el *MCER* denomina expresiones de sabiduría popular. Pero se limita a enunciar listados de modismos que giran en torno a un campo léxico con sus respectivos ejercicios para completar pero no se dan explicaciones del contexto en el que se deberían usar. También se desarrolla la competencia intercultural ya que con frecuencia se propone al alumno que compare la cultura meta con la italiana, ya que es un manual dirigido a itálofonos, aunque no se ha tenido presente que en el aula pueden estar presentes alumnos de otras culturas, lo que contribuiría al desarrollo de la competencia pluricultural y plurilingüística tan necesarias en un sector como el turismo; o en el caso del manual que os ocupamos, la restauración.

En cuanto a la orientación cultural predomina una vez más la monocultural, aunque está muy presente la interculturalidad. Pero no ocurre lo mismo con la multiculturalidad, que se ha descuidado.


Para concluir, podemos decir que *¡En su punto!* es un manual atractivo y rico desde el punto de vista de su gráfica, que tiene en cuenta los estilos de aprendizaje. Presenta una gran variedad y cantidad de ejercicios bien secuenciados pero no sigue los postulados del enfoque comunicativo y del *MCER*, ya que no predominan los ejercicios para que los alumnos se comuniquen, tomen decisiones y negocien. Asimismo, no sitúa al alumno en el centro del aprendizaje ni adopta las más recientes corrientes pedagógicas como una enseñanza inductiva de la gramática, la adquisición del léxico a través de inferencias, mapas conceptuales y asociogramas, así como dar la posibilidad que el alumno sea consciente en cada momento del propio proceso de aprendizaje.

A pesar de tener en cuenta los contenidos socioculturales, estos son demasiado reductivos y parecen tener más bien una finalidad informativa, en vez de acercar al discente a convenciones y costumbres que le pueden ser útiles cuando entren en contacto con los clientes.

Lo mismo ocurre con los contenidos sociolingüísticos, que se presentan carentes de contexto de uso y, además, se descuidan algunos como las diferencias de registro y las normas de cortesía, que serán muy importantes para el futuro profesional de la restauración.

Para terminar, se ha descuidado la competencia pluricultural tan presente y necesaria en un sector como el turismo.

MATERIAL 10

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Cinco estrellas</i>	
Autoras	Concha Moreno, Martina Tuts	
Lugar y año	Madrid, 2009	
Nivel	B1-B2	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida; valores y creencias respecto: humor; el lenguaje corporal: gestos; convenciones sociales: celebraciones, festividades y bailes; ámbito profesional, turismo; alojamientos, reclamaciones y quejas; geografía y clima; agencias de viajes; restauración; agradecimientos; quejas; metas turísticas; arte y arquitectura.	

Este texto retoma el trabajo iniciado en *Español en el Hotel*, texto del que nos hemos ocupado anteriormente. Está dirigido a alumnos extranjeros en general que tengan un nivel A2 y que quieran profundizar en el conocimiento del ELE en el ámbito turístico.

Se emplea una metodología situacional, contextual e interactiva y, como anuncian sus autoras, con respecto al anterior se ha dado importancia a los contenidos pragmáticos e

interculturales, además de proponer actividades de reflexión y fijación de léxico que invita a los alumnos a que elaboren su propio glosario. Según las autoras, uno de los puntos fuertes es la importancia que se da a las destrezas de interacción y comprensión orales, importantes en los primeros contactos con los clientes.

Este manual presenta una maquetación clara y atractiva con un buen equilibrio de los soportes, como podemos ver en el gráfico de abajo, y en el que predomina el mixto (41%). También tiene una representación significativa el audio con un 28%, en consonancia con cuanto declaran sus autoras.

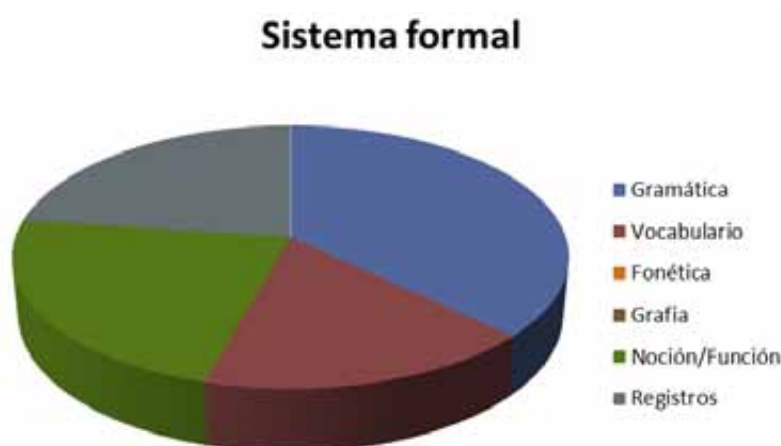


El sumario consta de dos partes, la primera consta de ocho unidades enfocadas hacia la comunicación oral, expresión escrita y comprensión oral. La segunda, compuesta por cinco unidades, hace hincapié en conceptos específicos del mundo del turismo y en la expresión escrita. Concretamente la correspondencia comercial, la redacción de contratos de colaboración, elaboración de escritos profesionales y de ofertas de viajes. Además, aparecen dos apéndices en el fondo del texto: uno de gramática y otro de funciones comunicativas y conectores discursivos, así como las transcripciones del cedé de audio.

Las unidades de la primera parte tienen todas la misma estructura: una primera página donde se presentan los contenidos que el alumno debe adquirir, varias situaciones para desarrollar la comprensión auditiva, la expresión oral y la escritura. Así como ejercicios gramaticales y de léxico, un resumen de expresiones para cada situación comunicativa, una lectura relacionada con el tema y una tarea final.

Las de la segunda parte, en cambio, presentan una estructura variada. En ellas aparecen textos para desarrollar la comprensión lectora, actividades de expresión escrita, actividades gramaticales y de léxico, actividades interactivas y propuestas de problemas que los estudiantes deben de tratar de resolver.

Por lo que se refiere al sistema formal se observa una cierta incongruencia con los objetivos propuestos por sus autoras, con una clara tendencia hacia la gramática (37%), en segundo lugar están presentes los exponentes funcionales (23%) como cabía esperar, registro (23%), y por último vocabulario (17%). Dejando de lado la fonética y la grafía poco frecuentes, por otro lado, en niveles intermedios. El siguiente gráfico resume cuanto hemos dicho:



En el análisis de las destrezas de comunicación también hemos hallado algunas incoherencias con respecto a las declaraciones de intenciones de sus autoras. La destreza que más se trabaja es la comprensión auditiva con una representación del 33% en consonancia con el diseño elegido; en cambio, sorprende que la segunda sea la comprensión de lectura con un 26% y no la expresión oral como era de esperar, que representa el 11%, en último lugar están la expresión escrita y las destrezas integradas, ambas con 7%. Por lo que de nuevo se da un desequilibrio hacia las habilidades de reconocimiento en detrimento de las productivas.

A diferencia del primer texto se tienen más en cuenta las destrezas de aprendizaje pero en una pequeña parte, sobre todo por lo que se refiere a la negociación de contenidos pero no se desarrollan el resto, como la negociación de objetivos y procedimientos. Pero, a diferencia del manual anterior, se tiene más presente la autoevaluación, si bien de forma sucinta en la primera parte del texto; al final de cada unidad en la tarea final

aparece una sección titulada “Para saber más” donde se proponen una serie de páginas web para profundizar en los temas tratados en la unidad. Al final se le pregunta al alumno lo que sabe y se le pide que haga una lista con lo que recuerda tanto de palabras como de expresiones. En la segunda parte, en cambio la autoevaluación se deja para la sección final titulada “Para terminar” y se le pide al alumno que reflexione sobre lo que ha aprendido a lo largo del libro, en cada una de sus partes y lo que tiene que mejorar en cuanto a expresión oral, comprensión auditiva, la redacción de textos sencillos, gramática, vocabulario, y otros. En la segunda parte se le cuestiona sobre qué aspectos debe trabajar, como comprensión de textos, la reacción de cartas, la reacción ante dificultades y otros. También se le pregunta al discente qué ha sido lo mejor de trabajar con dicho texto, qué se puede mejorar y que añadiría.

El aspecto negativo del texto es el tratamiento de la gramática, que sigue un corte estructuralista que no permite reflexionar al estudiante sobre el sistema formal, ni reducir reglas. Aunque cabe reseñar que, a diferencia de otros MET, se le da al discente la posibilidad de resolver problemas de forma que pueda desarrollar lo que Van Ek llama competencia social (1988) y poner en práctica las competencias generales de la lengua, en especial el *saber hacer* y el *saber ser*.

Predomina el agente individual 81% frente a la pareja 11%, lo que resulta contradictorio con el enfoque elegido.

Al igual que los otros textos analizados, el tipo de actividades propuestas son de corte estructuralista, sobre todo en el caso de los ejercicios de gramática que siguen un modelo tradicional, sin contexto lingüístico. Un poco distinto son las otras actividades donde se emplean enunciados donde se intenta implicar mayormente al alumno.

Por lo que se refiere a los contenidos socioculturales del *MCER*, no están muy presentes aunque hemos encontrado referencias a comida y bebida, humor, convenciones y tabúes del comportamiento y, por último, celebraciones, festividades y bailes. Como podemos observar, aparecen temas que no son frecuentes en otros MET.

En cambio, son muchos más numerosos los contenidos del ET como se puede ver en el gráfico de abajo; aparece una gran variedad de temas sin que predomine excesivamente uno, como hemos visto en otros materiales. El tema que más predomina es las metas turísticas, y en segundo lugar los alojamientos, el turismo, las agencias de viajes, los

transportes, el arte y arquitectura, el ámbito profesional y la geografía, naturaleza y clima.

En cuanto a la competencia sociolingüística no se desarrolla. Podría ser útil en el trato con los clientes la reflexión sobre las normas de cortesía, los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las diferencias de registro, entre otros.


La competencia intercultural está presente, ya que se le da la posibilidad al alumno de comparar la propia cultura con la cultura meta, pero está mucho más presente la competencia pluricultural, puesto que se presentan materiales que no se refieren solo y exclusivamente a la cultura hispana, como ocurre en la mayoría de los materiales, sino que se hace referencia a la cultura y las tradiciones de otros países del mundo.



Para concluir podemos decir que Cinco Estrellas es un manual en el que los alumnos pueden profundizar en el conocimiento del español con fines específicos con un enfoque comunicativo y un diseño moderno a todo color que favorece los distintos estilos de aprendizaje. Además, propone una gran variedad de contenidos del ET para que los alumnos puedan interactuar y aprender a redactar los escritos profesionales del sector, así como intentar resolver problemas relacionados con el contexto laboral de forma que los estudiantes desarrollen habilidades sociales. También tiene presente las destrezas de aprendizaje, pese a que se echan en falta la reflexión sobre el sistema de la lengua y una presentación de la gramática inductiva y de corte cognitivo y no estructuralista, que se contraponen a la metodología empleada.

Las competencias culturales están presentes, sobre todo la pluricultural e intercultural en coherencia con cuanto declaran las autoras en la presentación del texto, que se plantean como objetivo que el alumno comprenda las complejas relaciones culturales entre las distintas nacionalidades.

MATERIAL 11

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Bienvenidos 3: español para profesionales/turismo y hostelería.</i> Libro del alumno.	
Autoras	Raquel Valera, Sara Robles	
Lugar y año	Madrid, 2010	
Nivel	B2-C1	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, convenciones sociales: nacimiento, matrimonio y muerte, comportamiento del público en representaciones y ceremonias, ámbito profesional, transportes, geografía, naturaleza y clima, alojamientos, restauración, arte y arquitectura, metas turísticas, características de las Comunidades Autónomas (CCAA).	

Como en los dos niveles anteriores, el manual está organizado en tres módulos de tres unidades cada uno. Al final de cada uno de ellos se presenta un resumen gramatical y un apartado dedicado al repaso.

Su índice está articulado en competencias: pragmática, lingüística léxica y sociocultural, y una columna final dedicada a las tareas como en los textos anteriores.

La maquetación es igual a los niveles anteriores, cambia de nuevo el código de color para señalar el orden de progresión de las unidades: la primera de color verde

relacionada con el turismo (viajes, transportes, agencias), la segunda azul y ocre que se ocupa de las reservas, convenciones, celebraciones, quejas, etc. y la tercera granate que está relacionada con bares, restaurantes, cocina, etc.

Al igual que los niveles anteriores, todas las unidades siguen el mismo esquema, lo que puede resultar un tanto monótono para el alumno. Se comienza con un estímulo gráfico para que los alumnos pongan en práctica los conocimientos previos y se introduzca el léxico clave del tema que se va a tratar. Así como un resumen de los contenidos de la unidad de forma que los estudiantes sean conscientes del propio proceso de aprendizaje. Al principio de todas las unidades hay una presentación de muestra real de lengua oral junto con un ejercicio oral y relectura del diálogo y posterior representación por parte de los alumnos. A continuación, sigue la sección “La vida misma” donde se presentan documentos reales relacionados con el tema de la unidad y ejercicios de práctica de destrezas lingüísticas relacionadas con el tema trabajado. La siguiente sección es “Más que palabras”, donde se presenta y explota el léxico especializado.

En la sección “En Contexto” se presentan documentos escritos para su consiguiente explotación y, además, hay un apartado de comprensión auditiva con actividades y ejercicios de refuerzo.

La información sociocultural aparece en el apartado “Nuestro Mundo” con ejercicios de expresión oral. Y por último está la sección “Profesionales” en la que los alumnos pueden reflexionar sobre la profesión a través de entrevistas y documentos reales.

En este manual se da un buen equilibrio entre los soportes: sonoro 32%, texto 23%, dibujos 27% y mixto 14%. Como se puede deducir de los porcentajes, se emplea un gran número de fotos, dibujos, y pequeños esquemas al margen en otro color, que fomentan los diferentes estilos de aprendizaje.



En cuanto al sistema formal, la mayoría de las actividades están dirigidas a potenciar los exponentes funcionales (47%), en segundo lugar la gramática (32%) y, por último, el vocabulario (21%).

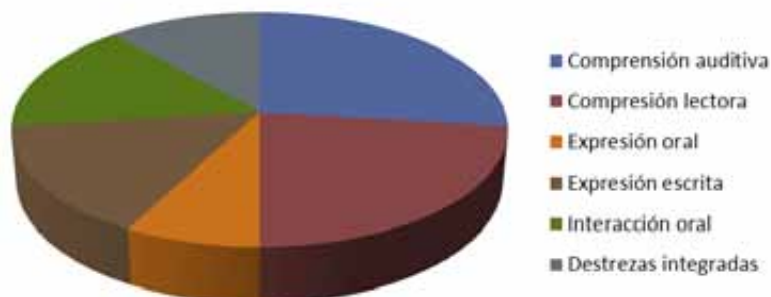
La gramática, como en los niveles anteriores, es de corte estructuralista con ejercicios sin contexto lingüístico, pensados para que el alumno aprenda las estructuras a través de la repetición.

Tratándose de un texto de nivel avanzado, no se trabaja ni la fonética ni la grafía como hemos visto en otros textos. En este caso tampoco se han encontrado ejercicios orientados a los distintos tipos de registro, pero hemos de señalar que, a diferencia de otros textos examinados, hemos encontrado un mayor número de diálogos de registro coloquial.

Las destrezas de comunicación están bien representadas, aunque debemos señalar que se sigue dando mucha importancia a las habilidades de reconocimiento (27% comprensión auditiva, 23% comprensión lectora), la interacción oral 15% y la expresión oral 8 %, la expresión escrita 15 % y las destrezas integradas 12%. Por lo que podemos concluir que se da una simetría entre la expresión e interacción orales y las destrezas de reconocimiento. Asimismo, se potencia con respecto a otros manuales mayormente la expresión escrita y las destrezas integradas. Al igual que hemos señalado en otros textos las destrezas de comunicación no están debidamente indicadas, solo la comprensión auditiva con el dibujo de unos cascos, lo que no ayuda al alumno a que sea consciente del propio proceso de aprendizaje.

El gráfico resultante es el siguiente:

Destrezas de comunicación



Tampoco se trabajan las destrezas de aprendizaje. No se negocian contenidos, objetivos, procedimientos y ni se le da la ocasión al alumno a que reflexione sobre su aprendizaje a través de la autoevaluación.

Al igual que otros manuales sigue predominando el agente individual (79%) frente a la pareja y el grupo. Por lo que podemos deducir que está pensado para emplearlo siguiendo un esquema tradicional y unidireccional profesor-alumno. De esta manera, no se le pone al alumno en el centro del proceso del aprendizaje, atribuyéndole un papel más bien pasivo. El profesor, en cambio, tiene un papel central.

Por lo que se refiere a los contenidos del *MCER* son muy escasos, aunque aparecen algunos que no están presentes en otros materiales del turismo como son las convenciones sociales de prácticas religiosas como matrimonio y comuniones, si bien son más numerosas, como suele ocurrir en la mayoría de los MET, las referencias a comidas y bebidas.

Como era de esperar, abundan los contenidos del ET, en especial el transporte, el alojamiento y el ámbito profesional. En segundo lugar, la restauración, la geografía, la naturaleza y el clima, las metas turísticas y, por último, el arte y la arquitectura, las reuniones profesionales y las características de las Comunidades Autónomas y sus variedades lingüísticas. Por ello, podemos afirmar que se tiene muy en cuenta la competencia sociocultural en coherencia con lo que se anunciaba en el índice, como se puede ver en el gráfico adjunto.



Pero no ocurre lo mismo con la competencia sociolingüística, que prácticamente es inexistente. La competencia pluricultural, en cambio, se tiene más en cuenta a través de textos en los que aparecen referencias a otros países, de forma que los alumno puedan desarrollar la competencia intercultural, aunque faltan ejercicios encaminados a la


reflexión sobre la propia cultura y las otras, de forma que el alumno pase de una orientación monocultural a una multicultural.

A modo de conclusión podemos decir que *Bienvenidos 3* es un texto que potencia los estilos de aprendizaje, que presenta un buen equilibrio en la explotación de las destrezas de comunicación, potencia adecuadamente el sistema formal ofreciendo un gran número de ejercicios, aunque siguiendo un modelo de corte estructuralista y poco acorde con un enfoque comunicativo.

Además, no tiene en cuenta las destrezas de aprendizaje, tan importantes para que el alumno sea consciente de lo que está aprendiendo y pueda seguir el proceso solo.

En cambio, un aspecto muy positivo y poco común en otros MET es que tiene muy presente los contenidos socioculturales y el desarrollo de la competencia pluricultural e intercultural fundamentales en el aprendizaje lingüístico, que ayudan a ver la cultura extranjera (CE) con los ojos del nativo, evitando de esta manera los malentendidos culturales.

MATERIAL 12

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Hotel.es. Español en el hotel</i>	
Autoras	Concha Moreno, Martina Tuts	
Lugar y año	Madrid, 2011	
Nivel	B1-B2	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, celebraciones y festividades, aperitivos, comidas, bebidas; agencias de viajes, transportes, arte y arquitectura, ámbito profesional, geografía, naturaleza y clima, características de las CCAA y lenguas, metas turísticas, turismo, alojamientos, agradecimientos,	

Hotel.es no resulta una novedad con respecto a las otras dos publicaciones de Concha Moreno y Martina Tuts de las que nos hemos ocupado anteriormente. Como ellas mismas declaran en su índice retoman, el material publicado en 1994 en el manual *Español en el hotel*, que utilizarán en los dos textos posteriores: *Cinco estrellas*, publicado en 2009, que se ocupa del turismo en general: hotel, restauración y agencia de viajes y *Hotel.es* cuya primera edición aparece en 2011.

En este manual las autoras han vuelto a proponer algunas unidades presentadas en *Cinco estrellas*, concretamente las unidades 2, 3 (en buena parte) y 6 de la primera parte. y 2 y 3 de la segunda.

Al final aparece un apéndice de funciones comunicativas y conectores discursivos pero no se adjunta el apéndice gramatical, como en los textos anteriores.

El sumario está dividido en dos partes. La primera formada por seis unidades que giran alrededor de los servicios del hotel, y la segunda que se ocupa de las reservas y reclamaciones, más un apéndice dedicado a las funciones comunicativas y conectores discursivos.

Como en los textos anteriores la estructura de las unidades varían según pertenezcan a la primera o a la segunda parte. Las unidades de la primera parte están enfocadas hacia la comunicación oral, expresión escrita y comprensión lectora. Todas comienzan con un resumen de los contenidos pragmáticos y gramaticales que deben adquirir los estudiantes y, al final, se propone siempre una tarea y un apartado de enlaces de internet para profundizar en el tema, así como una breve autoevaluación sobre el léxico y las funciones comunicativas.

Las de la segunda parte, como en el resto de los manuales, se ocupan mayormente de la expresión escrita. Concretamente de la correspondencia comercial, la redacción de contratos de colaboración, además de textos turísticos de interés como la elaboración de programas, circuitos culturales, etc., y elaboración de ofertas.

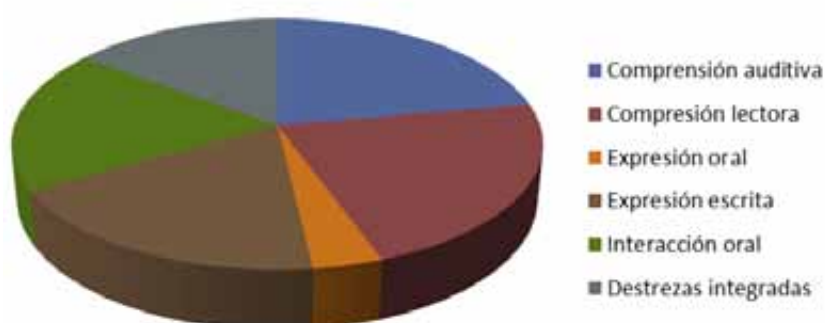
Además, se incluye un cdé con el audio de los textos grabados y un apéndice gramatical.

Como en los otros textos de estas autoras, predomina el soporte mixto. La mayoría de los textos van acompañados de fotos o dibujos, además se emplea el color para resaltar los textos o llamar la atención sobre ciertos contenidos.

La mayoría de los ejercicios están encaminados a la práctica de los exponentes funcionales (59%), la gramática y el léxico ocupan el segundo lugar (18%) y, por último, el registro (5%). Como hemos indicado en otras ocasiones, no se han encontrado ejercicios dedicados a la fonética y a la grafía, algo lógico tratándose de un nivel avanzado.

Por lo que se refiere a las destrezas de la comunicación, se desarrollan todas de forma muy equilibrada, como se puede observar en el gráfico. La comprensión oral, lectora y expresión e interacción oral representan cada una de ellas el 22%. Además la expresión escrita se tiene muy en cuenta (19%), incluyendo un gran número de escritos profesionales, así como el desarrollo de las destrezas integradas (15%).

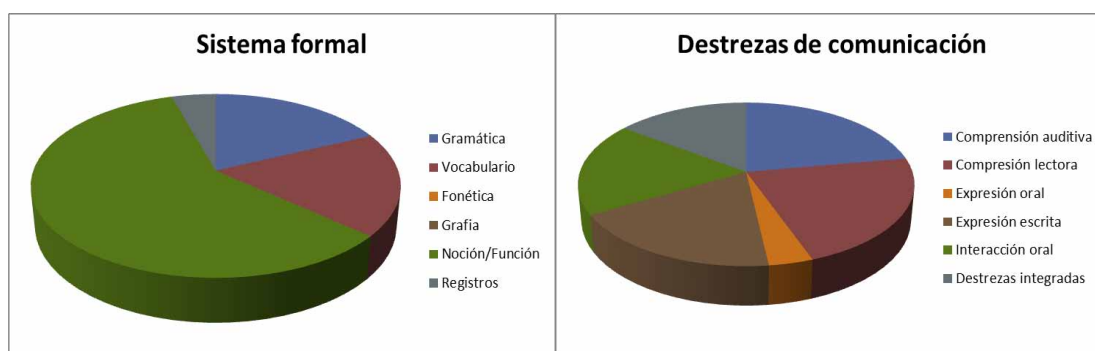
Destrezas de comunicación



A pesar de su reciente publicación, no se han tenido muy en cuenta las destrezas de aprendizaje pero tenemos que señalar que emplea un método inductivo que fomenta la reflexión sobre el propio aprendizaje y promueve la autonomía del estudiante a través de la concentración en el sistema de la lengua y las destrezas de descubrimiento y análisis. Un ejemplo es el ejercicio de la pág. 102 en el que se pide al alumno que reflexione sobre las formas verbales que ha necesitado y elabore un esquema exponiendo por qué las ha usado. También las tareas al final de cada unidad promueven el trabajo en grupo y ponen en práctica lo aprendido a lo largo de ella. En esta sección y en algún ejercicio suelto se le da la posibilidad al discente, aunque de forma un tanto

marginal, de que negocie los contenidos a través de un ejercicio de vocabulario en el que se le invita al alumno a que complete el cuadro con el vocabulario que considere importante según la siguiente clasificación: sustantivos, adjetivos, verbos y expresiones.

La autoevaluación ocupa un papel bastante secundario; se propone a modo de balance de fin de curso. Es exactamente igual a la propuesta realizada en *Cinco estrellas*.



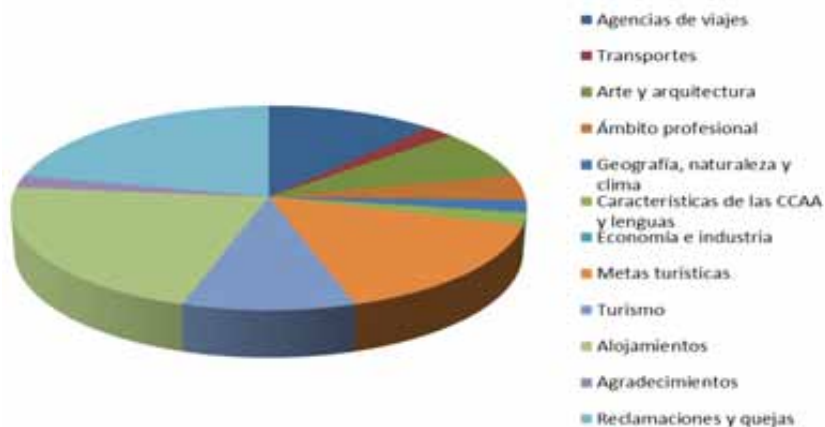
Otro aspecto positivo del texto es que fomenta los diversos estilos de aprendizaje a través de un gran número de imágenes a todo color y propuestas didácticas, como resúmenes, palabras clave y asociogramas. Asimismo, las actividades presentan una progresión en espiral partiendo de lo que ya conoce el alumno.

Aunque se proponen trabajos en parejas y en grupo, predomina el agente individual (74%).

En cuanto a los contenidos socioculturales indicados en el *MCER*, hemos hallado pocos. Solo algunas referencias a la comida y bebida, como suele ser frecuente en este tipo de materiales, y una alusión a convenciones sociales de aperitivos, comidas y bebidas y celebraciones, festividades y bailes.

En cambio, los contenidos del ET, como era de esperar, son mucho más numerosos y presentan una gran variedad, como se puede observar en el gráfico de abajo. Predomina como es lógico dado el título del texto las referencias a alojamientos, y a quejas y reclamaciones, en segundo lugar las metas turísticas y las agencias de viajes, sigue el turismo como concepto y el arte y la arquitectura, y en menor medida el ámbito profesional, los transportes, la geografía, naturaleza y clima, las características de las Comunidades Autónomas y los agradecimientos.

Contenidos del ET



Los contenidos sociolingüísticos prácticamente no están presentes aunque podrían ser muy útiles en el trato con los clientes y compañeros de trabajo las normas de cortesía, los marcadores lingüísticos de relaciones sociales y las diferencias de registro.

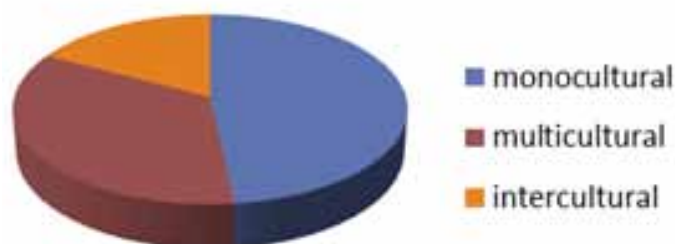
Al igual que los otros manuales se tienen muy en cuenta la competencia pluricultural y la intercultural aunque en menor medida que en *Cinco estrellas*. La competencia social, que pone en práctica los saberes del *MCER*, está menos presente ya que el texto plantea pocas actividades para resolver problemas.

Al igual que el resto de los MET examinados, predomina el ámbito cultural español, aunque se hace referencia a algunos países latinoamericanos.

Predomina la orientación monocultural (48%), pero se tienen muy presente en este manual tanto el desarrollo de la competencia pluricultural (34%) como la intercultural (17%), tal como se deduce de los porcentajes obtenidos.

Un ejemplo de ejercicios que desarrollan la competencia intercultural son los propuestos en la sección *Para terminar* de la pág. 106

Ámbito cultural



A modo de conclusión, podemos decir que *Hotel.es* es un texto adecuado para aquellos alumnos que quieran profundizar en el conocimiento del ELE en el sector de la hostelería.


Presenta una maquetación clara y atractiva, que facilita los diversos estilos de aprendizaje. Su diseño es coherente con el enfoque situacional-contextual e interactivo, en el que se da un buen equilibrio en el desarrollo de las destrezas de comunicación y el sistema formal. Asimismo, se tienen en cuenta los contenidos socioculturales aunque se han encontrado pocos de los referentes del *MCER*.

Fomenta las destrezas y habilidades interculturales, haciendo que el alumno cumpla un papel de intermediario entre la propia cultura y la cultura extranjera.

Los únicos aspectos negativos de este manual son dos. El primero, que no se desarrollan suficientemente las destrezas de aprendizaje. Están presentes solo en una pequeña parte a través del método inductivo empleado en la presentación de los ejercicios y en algunas negociaciones de los contenidos de algún ejercicio que aparece esporádicamente. Lo mismo ocurre con la autoevaluación, propuesta solo al final del texto.

Y el segundo, el tratamiento que se da a la gramática que se limita a intercalar alguna actividad a lo largo de las unidades sin contexto lingüístico y sin ningún tipo de reflexión sobre el sistema formal que ayude al alumno a sistematizar lo aprendido.

MATERIAL 13

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Turismo y más. Curso de español para el turismo</i>	
Autores	MARIA D'ASCANIO, ANTONELLA FASOLLI, SALVADOR PELÁEZ SANTAMARÍA, M.ª TRINIDAD UTRERA PÉREZ	
Lugar y año	Roma 2012	

Nivel	B2
Aspectos culturales tratados	<i>Comida y bebida, celebraciones y festividades, aperitivos, comidas y bebidas, identificación personal, actividades de ocio, metas turísticas, arte y arquitectura, características de las CCAA y lenguas, alojamientos, transportes, productos y creaciones culturales, ámbito profesional, geografía, naturaleza y clima, historia, economía y restauración.</i>

Es un texto dirigido a estudiantes italianos de la Escuela Secundaria de Segundo Grado con un nivel de lengua B1 que quieran profundizar en el conocimiento del español en el ámbito turístico para alcanzar un nivel B2.

El objetivo de los autores tal como declaran en la presentación del libro es desarrollar las destrezas comunicativas necesarias para adquirir la microlengua del turismo.

El texto trata temas de turismo en el ámbito de las dos culturas de referencia para evitar los estereotipos que con frecuencia se dan entre la española y la italiana. Además, se incluyen modelos de pruebas para el examen oficial de la Cámara de Comercio de Madrid para obtener el certificado Superior del turismo (nivel B2); una sección donde se presentan textos literarios de varias épocas que se ocupan del tema del viaje con el objetivo de estimular la curiosidad de los estudiantes y que de esta manera conozcan la evolución del viaje en el tiempo. Así como un glosario bilingüe de términos de arte titulado “Glosario del Rincón del Arte” y un glosario con la traducción al italiano en orden alfabético del léxico de base y mapas de España, Italia y Latinoamérica.

El manual está organizado en seis carpetas y dos anexos. Las primeras cuatro carpetas concluyen con una serie de ejercicios de repaso en la sección “De cabo a rabo”, en la que se proponen ejercicios de gramática, léxico, comprensión de lectura, auditiva y expresión escrita. En cambio, las carpetas 5 y 6 presentan ejemplos de pruebas del Certificado Superior del Español del Turismo. Además, en la sección final “El rincón del arte” se describen las principales corrientes artísticas italianas y españolas. Asimismo, el profesor tiene a su disposición una guía con la clave de los ejercicios, una serie de pruebas de control, algunos itinerarios y tres cedés de audio.

Cada carpeta está dividida en unidades o archivos que desarrollan además de los contenidos específicos los exponentes funcionales, en la sección “Rincón de la

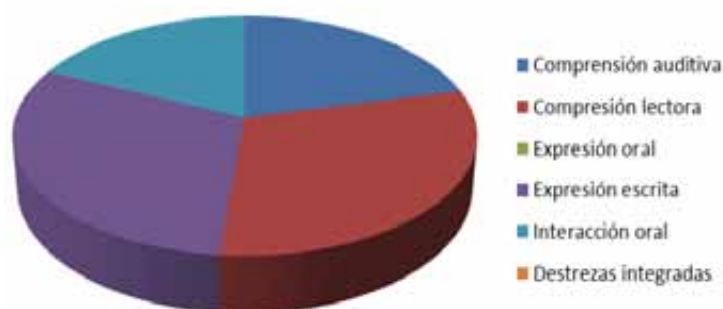
comunicación”, y los contenidos gramaticales en el apartado “Rincón de la gramática”, desde un punto de vista contrastivo, haciendo hincapié en las dificultades con las que tienen que enfrentarse los alumnos italófonos.

Las unidades tienen una estructura muy parecida, comienzan con un estímulo: sociograma, foto o texto y preguntas para trabajar las cuatro destrezas lingüísticas. Un aspecto positivo es que en cada ejercicio se indica la habilidad que se está trabajando. Al final de cada unidad o archivo se adjunta un listado de exponentes funcionales que han aparecido en la unidad y un resumen gramatical. Además de una serie de ejercicios, fundamentalmente de gramática, encaminados a reforzar los contenidos aparecidos en ella.

En cuanto al sistema formal predominan los ejercicios para reforzar la gramática en primer lugar y el léxico en segundo lugar, y en menor medida los exponentes funcionales. No se han encontrado ejercicios para trabajar la grafía, la fonética ni los registros. Por ello podemos deducir que subyace la creencia de que para aprender una lengua es fundamental aprender su gramática, máxime tratándose de lenguas afines que presentan bastantes diferencias en el plano gramatical. Asimismo, debemos señalar que los ejercicios son de corte estructuralista y sin contexto lingüístico, como hemos visto en los otros MET. Tampoco se deja al alumno deducir reglas ni reflexionar sobre el sistema formal sino que se presentan tablas y esquemas desde un punto de vista contrastivo.

Por lo que se refiere a las destrezas de comunicación, están muy equilibradas como se puede ver en el gráfico. Las que predominan son la comprensión lectora y la expresión escrita que representan el 30%, a diferencia de otros MET, y la comprensión auditiva (21%) en segundo lugar. La interacción oral ocupa un cuarto lugar con el 18%. Aunque debemos señalar que no hemos encontrado actividades en los que se integren las distintas destrezas.

Destrezas de la comunicación



En coherencia con lo anterior predomina el agente individual y en menor medida se proponen ejercicios en pequeños grupos y en pareja. Por lo que podemos deducir que el presente manual está pensado para ser empleado siguiendo un sistema unidireccional donde el protagonista es el profesor y no el alumno.

Un aspecto negativo del presente texto es que no se han tenido en cuenta las destrezas de aprendizaje, como negociar objetivos, contenidos y procedimientos, ni tampoco hemos hallado un apartado dedicado a la autoevaluación por parte del alumno.

En cuanto a la competencia sociocultural no hemos encontrado una gran variedad de referentes de *MCER*. Abundan, como es frecuente en este tipo de materiales, en primer lugar las referencias a comidas y bebidas (tanto españolas como italianas) por lo que la competencia intercultural está muy presente en este texto. También se encuentran referencias a convenciones sociales: festividades, celebraciones y bailes y aperitivos, bebidas y comidas, y por último identificación personal y actividades de ocio.

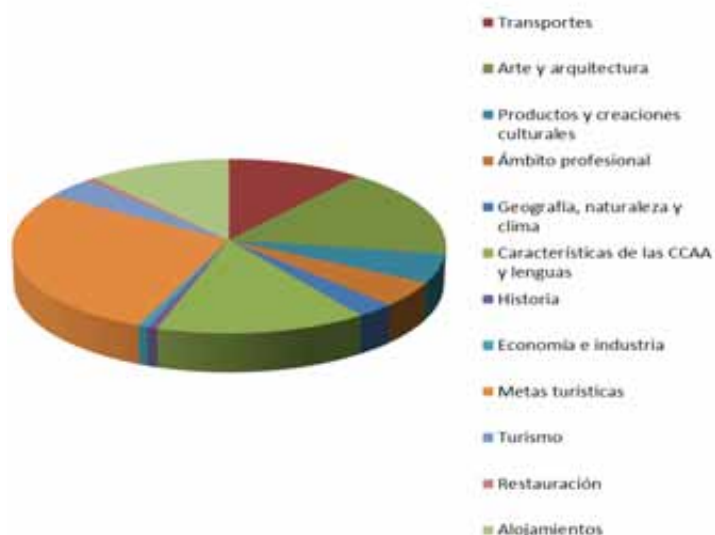
Como ocurre en otros MET, los referentes culturales que predominan son los contenidos del ET, que como podemos observar en el gráfico hay algunas diferencias con otros MET analizados. Los contenidos que más abundan son las metas turísticas, tanto españolas (se hace referencia a Hispanoamérica solo en el Anexo A) como italianas. En segundo lugar predominan las referencias al arte y la arquitectura, y en tercer lugar las características de las comunidades autónomas y lenguas de las dos culturas de referencia.

Le siguen en orden de frecuencia los alojamientos y los transportes, y en menor medida los productos y creaciones culturales, el ámbito profesional, el turismo como concepto y, por último, la restauración, la historia y economía e industria.

Por todo ello podemos deducir que este texto está muy enfocado en las metas turísticas tanto españolas como italianas. Con algunas referencias a Hispanoamérica pero por una cuestión de cercanía y espacio se ha optado por el ámbito cultural español, de ahí que se haga hincapié en el arte y arquitectura y en las características de las comunidades autónomas.

A diferencia de otros materiales analizados se echan en falta referencias a quejas y reclamaciones que son fundamentales para un alumno que va a trabajar en el ámbito del turismo. Tampoco se ha dedicado espacio a las agencias de viajes ni a las reuniones profesionales, además el espacio que ocupa la restauración es simbólico. De todo esto se deduce que en estos materiales subyace la creencia romántica del viaje en sí, en el que el viajero elige el destino de forma autónoma y se documenta sobre los lugares que va a visitar, más que el turismo como es concebido en la actualidad.

Contenidos del ET



La competencia sociolingüística se tiene poco en cuenta ya que no hemos encontrado referencias a marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía, expresiones de sabiduría popular, diferencias de registro, etc.


En cambio, como hemos adelantado anteriormente, la competencia intercultural está muy presente. Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que es el manual en el que más se tiene en cuenta ya que se presentan referentes culturales de las dos culturas de referencias.

No ocurre lo mismo con las competencias pluriculturales y plurilingües ya que se presupone un grupo de clase solo de italófonos, algo poco corriente en una sociedad como la actual donde la inmigración está a la orden del día y se ha convertido sobre todo recientemente en un problema acuciante que los países ricos deben afrontar.

Así pues, podemos concluir que *Turismo y más* es un manual de un corte clásico y que sigue un enfoque contrastivo tanto de la lengua como de las culturas de referencia, donde los alumnos pueden encontrar una gran variedad de materiales y actividades para ejercitar las destrezas lingüísticas, así como prepararse al Certificado Superior del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid. Aunque hemos de señalar que se deberían revisar algunos aspectos importantes hoy en día en la didáctica del ELE y de las lenguas extranjeras en general, como son las destrezas de aprendizaje y un enfoque más plurilingüe y pluricultural más acorde con la sociedad actual y necesario en un sector como es el turismo, en el que los alumnos tendrán que saber hacer una labor de mediación con los clientes procedentes del cualquier rincón del globo.

Asimismo, hemos de señalar que el concepto de cultura que predomina es el de cultura con mayúscula, típico de los manuales de cultura y civilización de inicio de siglo; y no se ha tenido en cuenta, como era de esperar por la fecha de publicación, la cultura popular (creencias, tabúes, comportamientos) necesarios para evitar malos entendidos, que a diferencia de cuanto comúnmente se cree se dan entre culturas afines como la italiana y la española.

MATERIAL14

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Un paseo por España 1</i>	
Autor	Jaime Corpas	

Lugar y año	Barcelona , 2000
Nivel	A2-B2
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, actividades de ocio, celebraciones, festividades y bailes, ceremonias y prácticas religiosas, geografía, naturaleza y clima, arte y arquitectura, características de las CCAA, productos y creaciones culturales, historia, economía e industria.

Paseos es una colección de vídeos y DVD dirigida a llevar al aula la diversidad cultural de los países de habla hispana. Por medio de reportajes dedicados a España y algunos países de Hispanoamérica, como Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, se trabajan aspectos como la historia, la lengua, la geografía, el arte y la gastronomía.

Hemos elegido un DVD junto a su correspondiente guía didáctica de cada ámbito a modo de ejemplo, ya que todos presentan la misma estructura. Por lo que se refiere a España hemos analizado *Un paseo por España 1*, que se ocupa concretamente de Canarias, Cantabria, Castilla y León, Galicia, Madrid, Murcia y Navarra. En cuanto a Hispanoamérica hemos optado por el DVD dedicado a Venezuela.

El presente material, *Un Paseo por España 1*, combina a la perfección el desarrollo de los contenidos culturales y turísticos, puesto que está basado en vídeos de promoción turística de las varias comunidades autónomas españolas. Aunque debemos señalar que dado el año de publicación, tanto el soporte empleado como algunas imágenes se han quedado un tanto desfasados y necesitarían una puesta al día.

A continuación, pasamos a analizar su guía didáctica para intentar comprender qué tipo enfoque y qué diseño está detrás de sus planteamientos didácticos.

Su índice consta de una introducción en la que se presenta la actual organización política de España a través de un breve resumen en el que se narra la historia de la constitución de España desde la época de los reyes católicos hasta la actualidad; sigue el repertorio de actividades para explotar los vídeos que se articulan de la siguiente manera:

- El mapa de la comunidad autónoma junto con los datos de interés a modo de ficha técnica en la que aparece información básica, como habitantes, provincias, productos, personajes, etc.
- En la sección “Cosas de...” se incluyen páginas de información que complementan las imágenes que aparecen en el vídeo y que constituyen material de consulta tanto para el profesor como para el alumno.
- El apartado “Palabras”, que es un breve glosario de palabras relacionadas con la comunidad para favorecer la comprensión del reportaje.
- “Actividades”, en las que se proponen tres tipos de ejercicios. Cada uno pensado para un nivel distinto de dificultad: básico, intermedio o avanzado.
- Las transcripciones de todos los textos de los vídeos.
- Las soluciones al final de la guía para el profesor o para aquellos alumnos que trabajen de manera autónoma.

Asimismo, se proponen dos tareas globales que pueden ser realizadas tras el visionado de las varias comunidades autónomas. La primera se propone organizar un festival de vídeo turístico en el que los alumnos han de ser miembros de un jurado del “Festival Internacional de Vídeo Turístico” y decidir a qué comunidad dar el premio al mejor vídeo promocional. En la segunda, en cambio, se les pide a los alumnos que preparen un juego-concurso a base de preguntas sobre los vídeos que han visto.

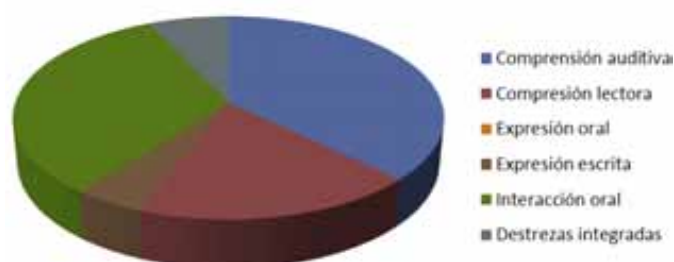
Predomina el soporte mixto, con un gran número de fotos y dibujos en blanco y negro que facilitan la comprensión, ya que aquí el color no es imprescindible puesto que el soporte principal es el vídeo.

La mayoría de las actividades están dirigidas a la práctica de los exponentes funcionales (53%) y el léxico (47%). No se proponen ejercicios de gramática, ni de fonética, ni de ortografía, como era de esperar tratándose de material complementario dirigido a dar a conocer la variedad cultural, en este caso de algunas comunidades autónomas de España.

La destreza de comunicación que mayormente se trabaja es la comprensión auditiva (37%), en segundo lugar la interacción oral con un 33%, la comprensión lectora representa el 19%, las destrezas integradas (7%) y, por último, la expresión escrita (5%).

El gráfico resultante es el siguiente.

Destrezas de comunicación



Por ello podemos deducir que es un material enfocado principalmente a la comprensión de textos que se emplearán en el aula como tema de análisis y discusión. Tras lo dicho llama la atención que predomine el trabajo individual: la mayoría de los ejercicios están pensados para que los haga el alumno individualmente, y solo en algunas ocasiones se le pide que compare o pregunte a su compañero.


Tampoco se tienen presentes las destrezas del aprendizaje. No se estimula al alumno a que observe y participe en nuevas experiencias e incorpore conocimientos nuevos a los existentes. Por otro lado no es de extrañar ya que se trata de material complementario enfocado más que nada a trabajar las competencias culturales.

Por lo que se refiere a las competencias socioculturales no abundan los referentes del *MCER*; solo aparecen referencias a comida y bebida, actividades de ocio y celebraciones, festividades y bailes. En cambio, sí están mucho más presentes los contenidos del ET, como arte y arquitectura, geografía, naturaleza y clima, características de las CCAA, metas turísticas, historia, organización política, economía e industria y creaciones culturales. Como era de esperar, no aparecen otros contenidos típicos de los manuales del ET, como son los alojamientos, transportes, restauración, etc., ya que se trata de material complementario pensado para dar a conocer las características geográficas, históricas, gastronómicas, etc. de las distintas comunidades autónomas.

También se tiene en cuenta la competencia intercultural en el repertorio de actividades propuestas en la guía, concretamente la sección “Igual o diferente”, en la que se pide al alumno que comente las similitudes y diferencias entre la comunidad que ha visto y la propia región o el lugar donde estudia español. En el caso de grupos de nacionalidades mixtas se podría explotar también la competencia intercultural.

Como conclusión, podemos decir que *Un paseo por España 1* es un material que puede ser un útil complemento a las clases de español del turismo, ya que puede ser explotado desde varias vertientes. Aunque sería interesante una actualización de los vídeos, que han quedado un poco obsoletos, y un replanteamiento de las actividades presentes en su guía que estuvieran más acorde con las directrices del *MCER* y que tuviera más en cuenta las competencias generales de la lengua y las competencias intercultural y pluricultural, tan necesarias en una sociedad plural como la actual.

MATERIAL 15

FICHA TÉCNICA		
Título	<i>Un paseo por Venezuela</i>	
Autor	Jorge Cabrera	
Lugar y año	Barcelona, 2001	
Nivel	A2-B2	
Aspectos culturales tratados	Comida y bebida, horas y prácticas de trabajo, actividades de ocio, valores y creencias respecto a la religión, celebraciones, festividades y bailes, metas turísticas, ámbito profesional, geografía, naturaleza y clima, arte y arquitectura, historia, economía e industria, productos y creaciones culturales, organización política.	

Pertenece a la misma colección de *Paseos*, pero en este caso está dedicado a Venezuela. Hemos decidido elegir un título de la colección dedicado a un país latinoamericano para poder comparar y comprobar si hay diferencias con respecto al material dedicado a España.

La serie de vídeos de esta colección dedicados a Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela están actualmente englobados en un Viaje por

Latinoamérica. Asimismo, hemos de señalar que este material ya no está a la venta sino que se encuentra descatalogado.

Ambas guías didácticas presentan prácticamente la misma estructura, salvo una diferencia en cuanto a las tareas globales se refiere. En este caso se proponen otros tipos de actividades como son preparar una cuña publicitaria para promocionar la región o el tema del reportaje, se le pide al alumno que decida qué haría y en qué orden si visitara el país un día y, a su vez, que busque el compañero ideal; además se les pide que escriba un reportaje para confeccionar una revista de viajes.

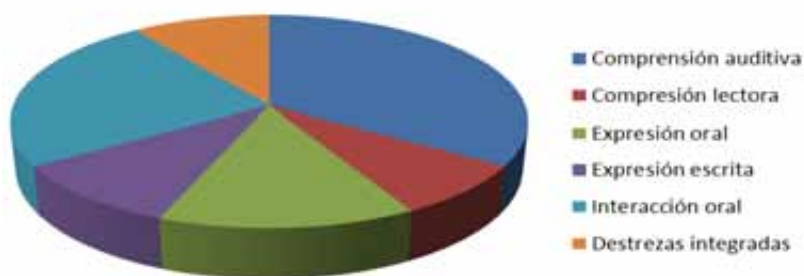
Al igual que hemos dicho en el material anterior, el soporte y las imágenes necesitarían ser actualizadas tras catorce años desde su publicación.

Predomina el soporte mixto como en la anterior guía. Los textos van siempre acompañados de fotos o dibujos, igualmente en los ejercicios se emplean con frecuencia las imágenes en blanco y negro (aunque se inserta un pequeño mapa de Venezuela a todo color) para facilitar los diversos estilos cognitivos.

Por lo que se refiere al sistema formal la presente guía se ocupa especialmente de la explotación de los exponentes funcionales (83%) y en menor medida del léxico (17%). Por lo que se puede decir que está aún más enfocada en la comunicación, como podemos ver por los resultados obtenidos del análisis del sistema formal.

Las destrezas de comunicación están bastante equilibradas y se tienen en cuenta todas, aunque las que predominan son la expresión e interacción orales que juntas representan el 38%, en coherencia con cuanto hemos señalado anteriormente. En segundo lugar está la comprensión auditiva, como es lógico tratándose de un material vídeo. Aunque también se tienen muy en cuenta tanto la expresión escrita como las destrezas integradas, según se puede observar en el gráfico.

Destrezas de la comunicación



Por lo que se refiere a la competencia sociocultural, predominan una vez más los contenidos del ET y en menor medida los de *MCER*, de los que se han encontrado algunas referencias a actividades de ocio, fiestas y celebraciones y comida y bebida. En cambio, los contenidos del ET son más numerosos, predominan las referencias a geografía, naturaleza y clima, metas turísticas y arte y arquitectura. Siguen los transportes, la historia, las características de las regiones, los alojamientos, la organización política, la economía e industria y los productos y creaciones culturales en coherencia con cuanto se declara en su introducción.

En cuanto a la competencia intercultural, se tiene en cuenta de alguna manera, como hemos señalado en la guía anterior en el apartado “Igual y diferente”, en la que se pide a los alumnos que comparen lo que han visto con la propia región o el lugar donde están estudiando. En cambio, la competencia pluricultural se desarrollará solo en caso de grupos de nacionalidades mixtas.

Para finalizar, podemos decir que *Un paseo por Venezuela* es un buen material complementario para las clases de español del turismo, que conjuga a la perfección temas sectoriales con los contenidos socioculturales de ELE, y que está especialmente pensado para fomentar las habilidades productivas siguiendo una metodología comunicativa. Pese a su fecha de publicación (2001) presenta gran sensibilidad hacia las competencias culturales. Aunque necesitaría una puesta al día tanto del material vídeo como de la introducción de tareas enfocadas a fomentar las destrezas de aprendizaje y a profundizar mayormente en las competencias sociales y generales de la lengua, como el saber ser y hacer.

5.5 Análisis corporativo de los materiales

El análisis que hemos realizado de los 15 MET nos ha permitido aclarar algunas cuestiones respecto a los siguientes interrogantes:

1. Averiguar los temas, metodología y características de los materiales del español del turismo;
2. Conocer qué materiales del ET permiten desarrollar las competencias culturales y las habilidades indicadas en el *MCER*;

3. Comprobar qué contenidos específicos son los más recurrentes en los materiales del turismo y poder así establecer un syllabus del ET que puede ser útil al futuro profesional del turismo;
4. Analizar la importancia que tiene el componente cultural en el aula a partir de los materiales empleados, además de su didáctica;
5. Constatar qué concepto tienen tanto autores como editores de la cultura y cómo se presenta en los materiales del turismo.

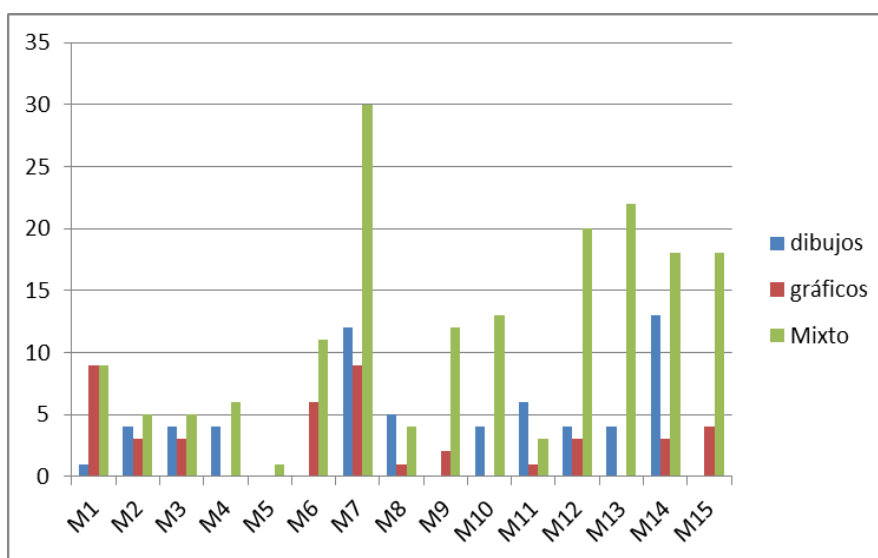
Hemos comprobado que la mayoría de los MET analizados están dirigidos a un usuario que oscila entre el nivel básico (A2 o plataforma) al independiente (B1 o umbral) del *MCER*. Seis MET alcanzan un nivel B2 o avanzado, de los cuales el 5 y el 11 están enfocados para conseguir el nivel C1 o dominio operativo eficaz junto con el material 6. Y solo uno (nº 4) está dirigido al nivel de acceso A1. No hemos encontrado materiales enfocados a que el alumno alcance el nivel C2 o de maestría. Por ende, podemos decir que los materiales del turismo actualmente en el mercado están pensados sobre todo para un alumnado que oscila entre el nivel plataforma A2 al nivel avanzado B2. Por lo que la oferta para los usuarios competentes es muy escasa e incompleta, de ahí que tendrá que ser el profesor el que deberá salvar este vacío.

MATERIAL	USUARIO BÁSICO		USUARIO INDEPENDIENTE		USUARIO COMPETENTE	
	A1	A2	B1	B2	C1	C2
1		x	x			
2		X	x			
3		x	x			
4	X	X				
5				X	X	
6					X	
7		X	X			
8			X			
9		X				
10			X	X		
11				X	X	
12			X	X		
13				X		
14		X	X	X		
15		X	X	X		

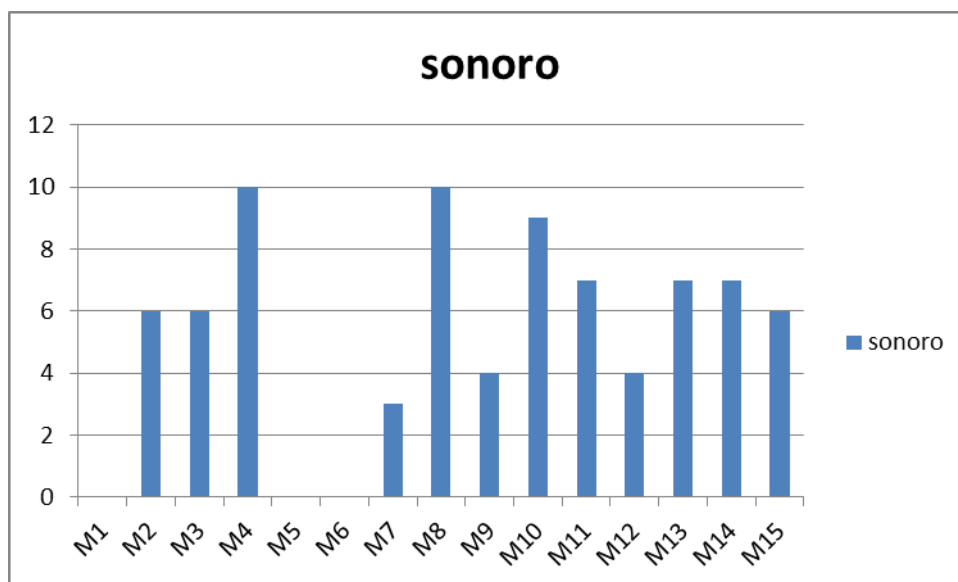
Hemos preparado un folio Excel en el que hemos cotejado todos los parámetros de la ficha de análisis para los 15 MET. He aquí los resultados y sus correspondientes conclusiones:

Por lo que se refiere al soporte material, la mayoría de los textos analizados constan solo de un libro del alumno sin continuación, excepto en el caso del método *Bienvenidos*, que ofrece tanto el libro del alumno como el cuaderno de ejercicios para los tres niveles publicados hasta el momento. Algunos ofrecen un solo cuaderno de ejercicios como en caso del material 3 (Amigo viajero) o una guía para los materiales 14 y 15 (Un Paseo por España y Un paseo por Venezuela) En el caso del material 5 (Lenguajes en contacto) dedica solo algunas páginas a la propuesta de explotación de textos de ámbito turístico.

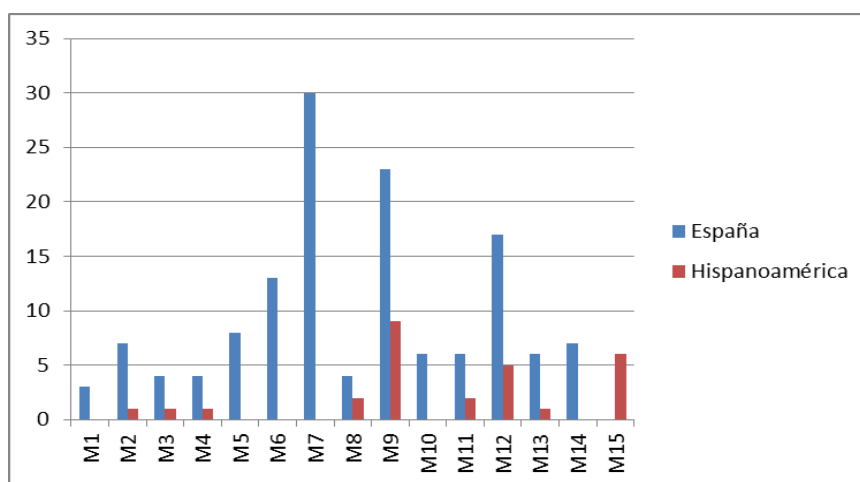
En relación con el soporte gráfico, los más completos son los materiales 7 y 12 que presentan un buen equilibrio entre imagen y texto, frente al 5 que predomina casi exclusivamente el texto. El tipo de ilustración más frecuente son las fotografías y los dibujos y en menor medida se emplean los gráficos. Otra cuestión importante es el uso del color. La mayoría de los materiales, nueve en concreto, usan solo el blanco y negro o tres colores a lo sumo; el resto, seis, están impresos a todo color.



En cuanto al soporte sonoro se comprueba que no siempre está presente en este tipo de materiales, algo que no suele ocurrir en otros textos de ELE. Concretamente no está presente en los materiales 1, 5, 6 y en algunos como los materiales 7, 9 y 12 se sirven en menor medida de este soporte. En la mayoría de los casos, excepto en los materiales 14 y 15, se trata solo de soporte audio sin imágenes.

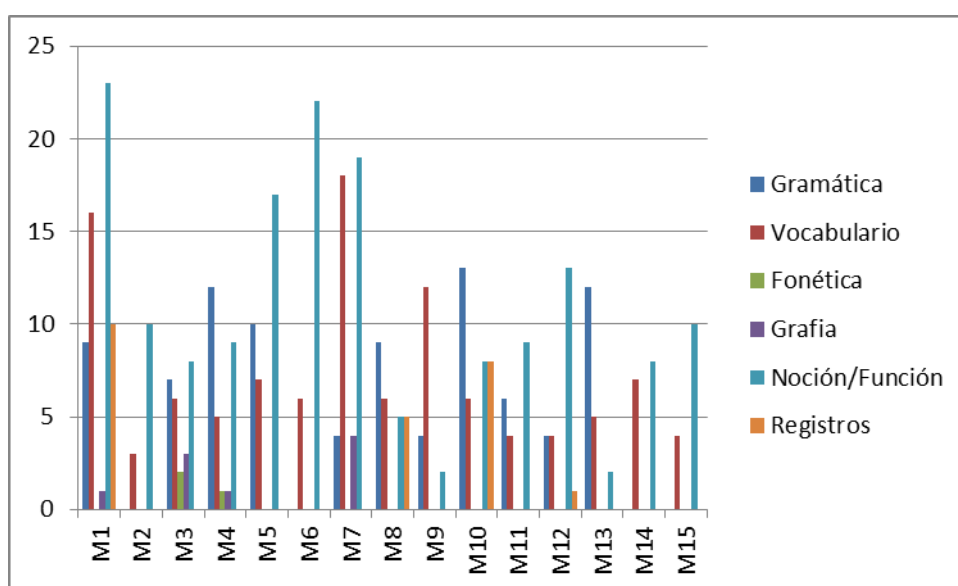


Del análisis se desprende que en la mayoría de los materiales predomina la realidad cultural española. Seis tienen en cuenta solo el ámbito español y uno el ámbito hispanoamericano; el resto tienen en cuenta la realidad hispanoamericana pero en menor medida.



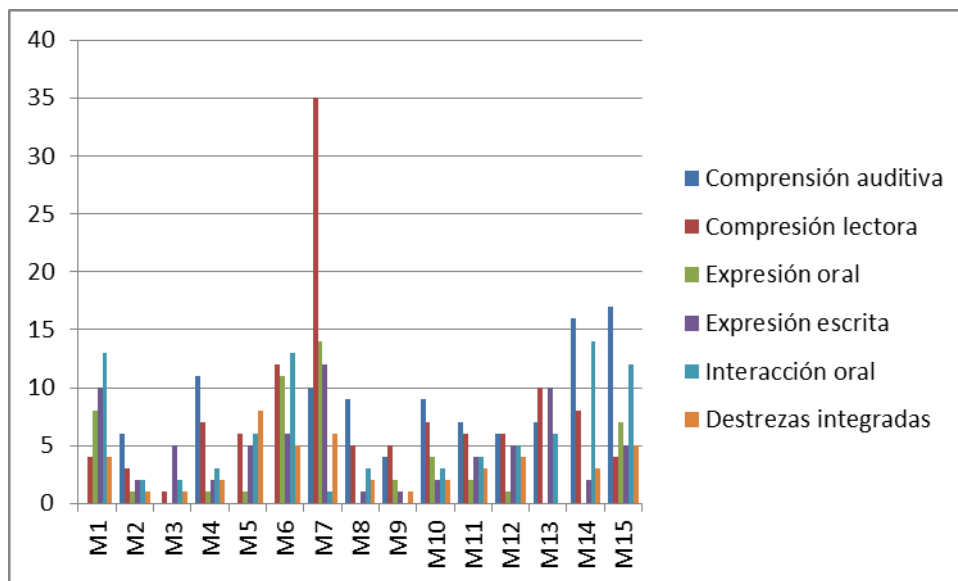
En cuanto al sistema formal, en algunos predominan netamente los ejercicios de gramática, como en los materiales 4, 8, 10 y 13. En otros, en cambio, predominan más los exponentes funcionales y el vocabulario, como es el caso de los materiales 1, 2, 3, 5, 6, 7 y 12.

La fonética casi no se tiene en cuenta, excepto en los materiales 3 y 4 con una presencia más que nada simbólica. Lo mismo ocurre con la grafía, presente solo en tres materiales; y los registros, que se trabajan solo en cuatro de los MET analizados.

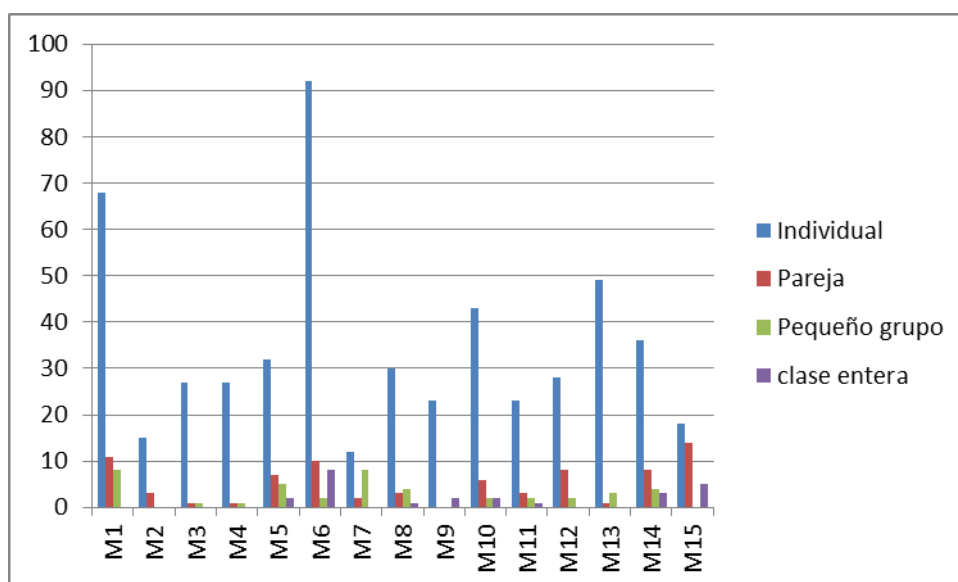


En relación con las destrezas, se puede comprobar que predomina la comprensión auditiva en ocho de los quince materiales y, en segundo lugar, la comprensión lectora; o sea, se desarrollan mayormente las habilidades pasivas frente a las productivas. Asimismo, hemos detectado pocas propuestas en las que estén presentes las destrezas integradas, excepto en el 5 y 7 que tienen una presencia significativa.

El material que presenta un mayor equilibrio entre las destrezas es el 7.



La mayoría de los materiales están pensados para trabajar de forma individual o para que el profesor sea el que presente los contenidos ante la clase para que los alumnos escuchen, lean o tomen notas de lo que se dice en el aula. También está presente el trabajo en pareja y en pequeños grupos, pero en un porcentaje mucho menor como se puede apreciar en el gráfico.



Hemos constatado que las destrezas de aprendizaje prácticamente no se tienen en cuenta casi en ninguno de los materiales analizados, salvo en el material 5. Excepto en dicho material en el resto no se negocian objetivos, contenidos (solo en el 5 y 10). En ninguno aparece la negociación de procedimientos y la autoevaluación se incorpora solo en dos. En cuanto a los contenidos culturales, predomina la orientación monocultural sin tener en cuenta la cultura de los alumnos, salvo en tres materiales (7, 9 y 13) que están muy presente. En el resto no aparece o solo de forma muy esporádica o marginal. Lo mismo ocurre con la competencia pluricultural que no se desarrolla en la mayoría de los materiales a excepción de los materiales 7 y 9, que tiene una representación bastante significativa.

Con respecto a los contenidos culturales del *MCER*, hemos constatado que la mayoría de los materiales analizados tienen poco en cuenta las pautas del documento europeo por lo que se refiere a la selección de contenidos culturales.

Los temas que más aparecen son los relacionados con la vida diaria, concretamente los relacionados con comida y bebida, etc. Así, hemos encontrado algunas referencias a actividades de ocio y días festivos. Prácticamente no se hace referencia a las condiciones de vida, salvo en el material 2 que hemos hallado una alusión a medidas y acuerdos de asistencia social.

Con respecto a los temas relacionados con valores, creencias y actitudes se han encontrado solo nueve referencias en un total de seis materiales. Lo mismo ocurre con los temas relativos a las relaciones personales, donde solo aparecen dos referencias en el material 4.

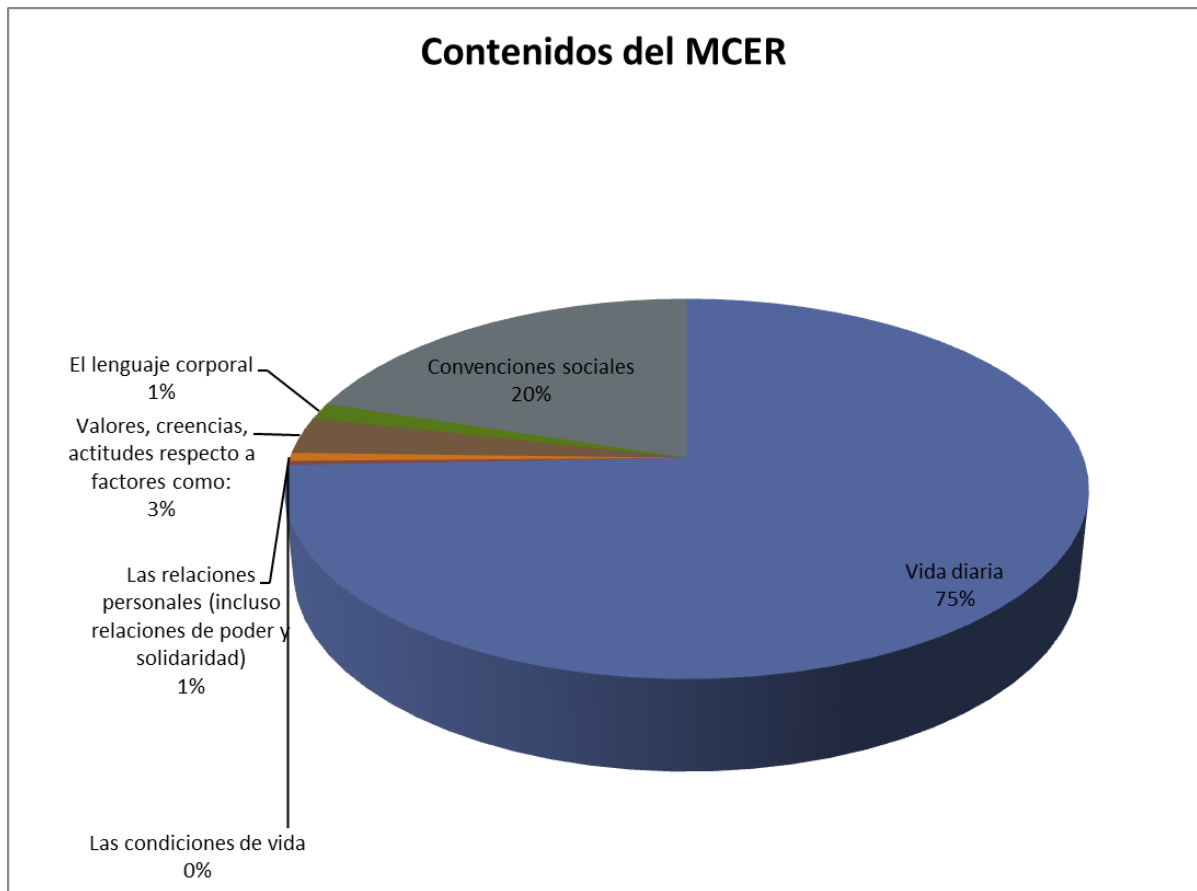
El lenguaje corporal se ha hallado en solo tres de los 15 materiales analizados, concretamente se hace alusión a los gestos. Y las convenciones sociales están presentes en mayor medida a través de las referencias a celebraciones festividades y bailes, que aparecen en nueve materiales. En segundo lugar, aparece la alusión a aperitivos, comidas y bebidas, siguen los temas relacionados con los regalos y, por último, convenciones y tabúes del comportamiento, y nacimiento, matrimonio y muerte, que aparecen en un solo material.

He aquí el esquema en orden de frecuencia:

- 1º Temas relacionados con la vida diaria;
- 2º Temas relacionados con las convenciones sociales;

3º Temas relacionados con valores, creencias y actitudes;

4º Temas relacionados con el lenguaje corporal y las relaciones personales.



En cuanto a los contenidos del ET, hemos podido constatar que la selección de temas presentes en los materiales del turismo analizados es la siguiente:

1º Sobresalen los temas relacionados con los alojamientos;

2º Temas relacionados con los transportes y metas turísticas;

3º Temas relacionados con la restauración;

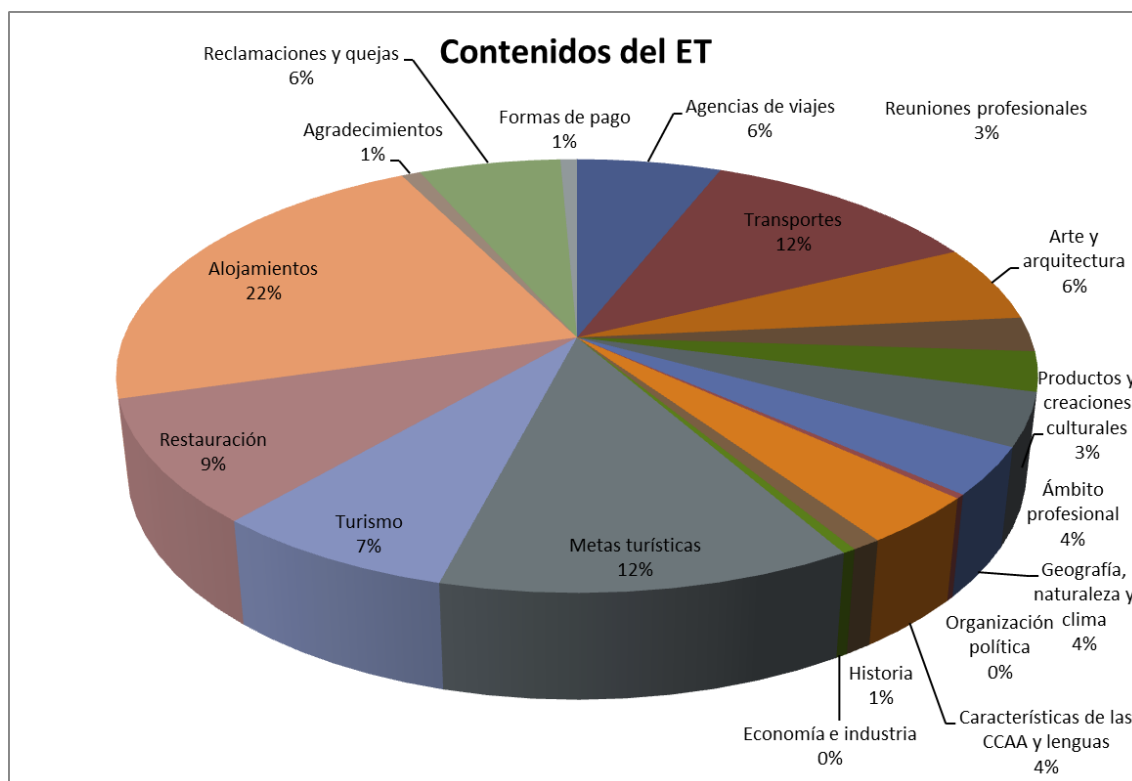
4º Temas relacionados con el turismo como concepto (definición, origen, tipos, etc.);

5º Arte y arquitectura, agencias de viajes y reclamaciones y quejas;

6º Características de las Comunidades Autónomas y lenguas, geografía, naturaleza y clima y ámbito profesional;

7º Reuniones profesionales, productos y creaciones culturales;

8º Historia, formas de pago y agradecimientos.



De todo el análisis se concluye que los materiales del ET presentes actualmente en el mercado, tanto en España como en Italia, en la mayoría de los casos no siguen las pautas del *MCER*, por lo que se refiere tanto a la selección de temas como a su aplicación didáctica. En general, los textos propuestos tienen fundamentalmente una finalidad informativa y de lectura sin que se dé la posibilidad al alumno de reflexionar sobre ellos y comparar la propia cultura con la cultura meta.

Se comprueba que los temas del *MCER* más recurrentes son los relacionados con la vida diaria, concretamente comida y bebida, el resto tiene una representación escasa y del todo anecdótica. En cambio, se dedica mayor espacio, en muchos de estos materiales, al arte y arquitectura, la geografía, naturaleza y clima, los productos culturales y la historia. O sea, podemos concluir que predomina la cultura denominada “legitimada” frente a la “esencial” (Miquel, 2004:516).

Por lo tanto podemos afirmar que se da una contradicción entre lo que los autores y editores proponen y el desarrollo de la competencia sociocultural del *MCER*. Lo mismo ocurre con la competencia sociolingüística, intercultural y pluricultural que se tienen

poco en cuenta en buena parte de los materiales analizados. Si bien debemos señalar que los textos de reciente publicación presentan una mayor atención a estas competencias, aunque aún insuficiente para el desarrollo de las mismas que propone el *MCER*. Por tanto, será el profesor el que deberá favorecer a través de otros materiales/propuestas la didáctica de la cultura en el aula, en todas sus vertientes como corresponde en una sociedad global como la actual y en un sector tan pluricultural y plurilingüe como es el del turismo.

El análisis que hemos realizado, según la plantilla de análisis, nos ha llevado a las siguientes conclusiones que responden a las cuestiones que nos hemos planteado:

- Los materiales analizados del español del turismo publicados desde 1994 hasta 2012 tanto en España como en Italia no permiten un buen desarrollo del componente cultural (sociocultural, sociolingüístico, intercultural y multicultural) previsto en el *MCER*. Y esto se puede verificar tanto en la selección de temas que proponen los distintos materiales, como en el concepto de cultura que subyace, ya que una buena parte de los contenidos corresponden a la denominada “cultura cultivada o legitimada”.
- El análisis cuantitativo de los referentes culturales presentes en los materiales del ET constata que los aspectos ausentes o con poca representación son aquellos relacionados con las condiciones de vida, las relaciones personales, los valores creencias y actitudes, y el lenguaje corporal.
- Pocos materiales del español del ET promueven la enseñanza-aprendizaje de las competencias culturales a través de propuestas pedagógicas, sino que más bien constituyen un repertorio de textos informativos que el alumno debe leer.
- No hemos hallado ningún material que examine el conocimiento sociocultural previo del alumno. Tampoco se plantean qué tipo de destrezas necesitará el alumno para poder comunicarse de forma eficaz con hablantes nativos y evitar así los malentendidos y los temidos estereotipos.
- Tras el análisis de los contenidos específicos del turismo, se constata que los temas esenciales en un manual del turismo son los relacionados con los alojamientos, metas turísticas, transportes, restauración, turismo, agencias de viajes, reclamaciones y quejas, ámbito profesional y reuniones profesionales.

- Para concluir hemos de añadir que la enseñanza-aprendizaje de una lengua de especialidad o con fines específicos como es el español del turismo debe basarse no solo en el aprendizaje de contenidos del sector siguiendo un enfoque comunicativo, sino que es necesario que las propuestas que se lleven al aula tengan en cuenta el desarrollo de las competencias culturales de forma que el alumno adquiera una mayor consciencia de la cultura meta y de la propia cultura, amén de las otras que están presentes en el aula o con las que se encontrará en un futuro como profesional del sector. Además, también es necesario que se fomente en mayor medida el “saber hacer” y el “saber ser” del *MCER*, indispensables en el entorno laboral. Por ello confiamos que tanto los profesores que imparten este tipo de cursos como los autores/editores de futuras publicaciones los tengan más en cuenta.



Capítulo 6: Análisis de los aspectos culturales de los manuales del turismo desde la perspectiva del docente

6.1 Justificación del formato

En este capítulo nos vamos a ocupar del análisis del cuestionario que se ha suministrado a profesores que trabajan impartiendo clases con fines específicos del español del turismo tanto en España como en Italia.

En primer lugar pasamos a justificar la metodología y los procedimientos que hemos elegido para poder conocer las opiniones y creencias de los profesores del español del ET sobre las competencias culturales y de qué manera las llevan al aula.

El procedimiento que hemos seguido para obtener datos significativos en nuestra investigación es el cuestionario, de forma que podamos obtener una cantidad de datos fiables para conocer el estado de la enseñanza de las competencias culturales en los cursos con fines específicos del español del turismo. Hemos de señalar que la cantidad de encuestas respondidas han sido dieciséis a pesar de haber usado canales de distribución importantes como la lista de distribución para profesores formespa@listserv.rediris.es o FEDELE (Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera) y esto creemos que se debe principalmente a que los cursos de ET son pocos con respecto a lo que es la enseñanza de ELE en general. Pero la muestra es lo suficientemente significativa como para poder conocer las consideraciones y valoraciones de los profesores respecto al componente cultural.

El cuestionario es un elemento fundamental de las ciencias sociales que permite obtener datos que se pueden cuantificar y poder así efectuar estadísticas que puedan contribuir a esclarecer el estado de la cuestión. Por lo que a partir de este instrumento hemos realizado una investigación a través de la cual un número significativo de profesores que se dedican a la enseñanza del ET en lugares y países distintos, como son España e Italia, han expresado sus opiniones y experiencias sobre la cuestión de forma rápida y eficaz, que a través de otras técnicas de observación no hubiera sido posible.

Por lo que se refiere a la metodología empleada, hemos optado por un método no paramétrico que consiente la recogida de muestras no aleatorias, cuyos resultados no son extrapolables al conjunto de la población pero sí que tiene un valor opinativo. Y en nuestro caso, tratándose de un sector más reducido como es el español del turismo y las

muestras obtenidas de docentes de centros distintos y países diferentes, podemos hacernos una idea sobre las creencias de los profesores sobre el componente cultural en la clase del ET.

En cuanto al cuestionario, nos planteamos diseñarlo de forma que se pudiera responder en pocos minutos para favorecer la participación. Las pautas que seguimos para su elaboración fueron las siguientes:

1. Interrogarnos sobre qué preguntas podemos formular para averiguar las creencias de los profesores sobre las competencias culturales.
2. Formular el mayor número posible de preguntas cerradas de forma que fuera más fácil su valoración y poder así extrapolar los resultados. De hecho, de las quince preguntas, once son cerradas, los participantes han de elegir una de las opciones que se plantean. Igualmente procuramos no proponer excesivas opciones, de forma que el formulario se pudiera responder en poco tiempo.
3. Simplificar lo más posible las preguntas abiertas que son necesarias para conocer la opinión y creencias de los profesores sobre los aspectos culturales. Concretamente las preguntas 2, 4, 11 y 12.

6.2 Justificación del contenido

Lo que se persigue con el cuestionario es averiguar las creencias sobre los contenidos culturales de los profesores que imparten clases del español de turismo y de esta manera obtener conclusiones significativas que permitan conocer el estado de la cuestión y poder, por un lado, sensibilizar sobre la necesidad de fomentar las competencias culturales en el aula y, por otro, la necesidad de crear materiales que permitan su desarrollo.

El cuestionario consta de quince preguntas que recogen cuestiones que van de lo más general a lo concreto. Pasamos a analizar cada una de ellas.

La pregunta 1 está dirigida a saber si el profesor emplea un manual como libro de texto en las clases del español del turismo o usa material propio.

1. ¿Utiliza un manual para sus clases de español del turismo? En caso afirmativo indique cuál.

Sí

No

En la 2 se pretende averiguar el tiempo a disposición que tiene el docente para las clases del ET y poder así hacernos una idea del espacio que tiene la cultura dentro de la programación.

2. ¿De cuántas horas consta el curso que imparte?

Con la pregunta 3 se pretende conocer qué importancia da el docente a los contenidos culturales y qué espacio tienen los mismos en la actividad didáctica.

3. ¿Cree necesario que los manuales del español del turismo traten temas y aspectos culturales?

Sí

No

Es mejor tratarlos por separado

La pregunta 4 va dirigida a comprobar las creencias que se tiene sobre la cultura. Hemos optado en este caso por una pregunta abierta y no por una clasificación, ya que creemos que de esta manera podremos conocer mejor las opiniones, conocimientos y creencias de los profesores, además el número de encuestas a disposición nos permite hacer este tipo de valoración.

4. ¿Qué entiende por cultura?

Las preguntas 5 y 6 sirven para constatar si se da alguna incoherencia con lo que se ha declarado en la pregunta 4 y verificar qué espacio se da a la cultura legitimada y a la cultura esencial.

5. ¿Con qué frecuencia trata contenidos culturales en sus clases (geografía, arte, música, arquitectura, folclore, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

6. ¿Con qué frecuencia trata contenidos socioculturales en sus clases (creencias, tradiciones, comportamientos, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

La cuestión 7 tiene como objetivo saber si la competencia intercultural está presente o no en el aula del ET.

7. ¿Los materiales de español turístico que utiliza tienen en cuenta la interculturalidad?

- Sí
- No

Las preguntas 8 y 9 cuestionan la manera de presentar los contenidos culturales. Si se hace a través de clases monográficas o según surgen dentro de los contenidos impartidos, y cuándo se realizan las explicaciones al respecto.

8. ¿Cómo presenta los temas culturales y socioculturales?

- En clases dedicadas exclusivamente a ello
- Con explicaciones esporádicas relacionadas con los temas tratados en clase.
- Los temas tratados en clase tienen como base la cultura y la sociocultura.

9. ¿Cuándo introduce las explicaciones sobre aspectos culturales?

- Al principio de la clase
- A mitad
- Al final
- Cuando el tema lo requiere

La cuestión 10 trata de averiguar la opinión que tienen los docentes sobre los materiales publicados y si estos tienen o no en cuenta los aspectos culturales que pueden necesitar los alumnos.

10. ¿Cómo valora el espacio que dedican los manuales de español del turismo a los aspectos culturales y socioculturales?

- No aparecen aspectos culturales y socioculturales
- Se dedica poco espacio y se suele caer en estereotipos
- Son suficientes. Los temas tratados son los más importantes
- Se tratan gran variedad de temas y aspectos socioculturales

Las preguntas 11 y 12 tienen el objetivo de indagar sobre los temas tanto culturales como socioculturales que los docentes consideran fundamentales en las clases del ET. Se ha optado por una pregunta abierta para dar mayor espacio a las opiniones de los profesores ya que, de haberla formulado con opciones, la información obtenida sería menos fiable porque tendrían que responder dentro de las opciones propuestas que en el caso de los contenidos culturales son difíciles de delimitar.

11. Indique los temas culturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

12. Indique los temas socioculturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

Con la cuestión 13 se pretende saber el tipo de soporte que se utiliza para tratar temas culturales. Si se emplea uno solo o se recurre a más de uno y cuáles son estos. En este caso, hemos pensado que una pregunta cerrada con opciones es más fácil de cuantificar.

13. ¿Qué instrumentos didácticos utiliza para transmitir contenidos culturales y socioculturales?

El libro de texto

Internet

Prensa

Vídeo/DVD

Radio

Otros

En la cuestión 14 se pretende indagar sobre qué creen los profesores que aportan los contenidos culturales y socioculturales a las clases del ET. En este caso hemos pensado en dar tres respuestas cerradas pero dejar un espacio abierto para que se indiquen otras posibles finalidades.

14. ¿Cuándo trabaja aspectos culturales/socioculturales qué finalidad persigue?

Transmitir información sobre la cultura meta

Que los alumnos entiendan la cultura meta para evitar malos entendidos lingüísticos

Que conozcan la cultura meta con los ojos de un nativo

Otros _____

Por último con la cuestión 15 se profundiza en la metodología que se emplea. Si los contenidos se imparten de forma unidireccional, o sea, si es el profesor el que explica y los alumnos toman nota, o se les da a estos la posibilidad de reflexionar en parejas o en grupos.

15. ¿Cuándo trata contenidos culturales y socioculturales cómo organiza el grupo clase?

- Un único grupo
- En parejas
- En pequeños grupo

Al final se solicita información detallada sobre el docente encuestado para dar mayor fiabilidad y validez a la investigación.

Por último necesitamos información concreta del profesor encuestado para dar validez y fiabilidad a la investigación.

Sexo: hombre mujer

Edad:

Formación: Licenciado en Lengua y literatura

Doctorado

Otros _____

Nacionalidad:

Centro de trabajo:

Ciudad/país:

Si desea recibir información sobre la investigación, por favor, indique su dirección de correo electrónico:

6.3 Análisis de los resultados obtenidos

Tal como hemos indicado anteriormente se envió el cuestionario por correo electrónico a una lista de distribución de profesores y a FEDELE (Federación de Escuelas de Español como lengua extranjera) para que los profesores que se ocupan de impartir clases del español del turismo respondieran. Dieciséis profesores de varias partes de España y de Italia enviaron el cuestionario. Pasamos, a continuación, al análisis de las respuestas obtenidas pregunta por pregunta.

1. ¿Utiliza un manual para sus clases de español del turismo? En caso afirmativo indique cuál.

Sí

No

Esta pregunta ha obtenido 16 respuestas de los 16 encuestados. Como se puede observar por el gráfico la mayoría, el 63% no utiliza libro de texto. Solo 2 de los encuestados declaran utilizar material propio, el resto no da ningún tipo de indicación por lo que se puede interpretar de varias maneras: o bien emplean material propio o usan materiales de varias fuentes. El 38 % tiene un libro de cabecera, cuyos títulos son: *Temas de turismo*, ed. Edinumen; *Buen Viaje*, ed. Zanichelli, *Servicios turísticos*, ed. SGEL y *Cinco estrellas*, ed. SGEL. Llama la atención que se elijan libros de publicación menos reciente frente a otros textos más actuales.



Pregunta 2. ¿De cuántas horas consta el curso que imparte?

Tratándose de una pregunta abierta la posibilidad de respuestas es mayor y ofrece la desventaja de que es más difícil de cuantificar. Aunque nos hemos inclinado hacia este tipo de pregunta para podernos hacer una idea lo más real posible a cerca de tiempo que se dedica a cursos del ET.

De las 16 personas encuestadas, el 31 % no respondieron (concretamente 3) o bien dieron una respuesta no cuantificable porque depende del tipo de curso que se haga. El 25% declara que las horas lectivas son variables. Y el resto, tal como se puede apreciar en el gráfico, varía de las 10 horas hasta las 66. Por lo que podemos concluir que las horas lectivas dedicadas a los cursos del ET varían y dependen del perfil y de las necesidades de los estudiantes; con frecuencia forman parte de otros tipos de cursos con fines específicos.



Pregunta 3: ¿Cree necesario que los manuales del español del turismo traten temas y aspectos culturales?

Sí

No

Es mejor tratarlos por separado

Se han obtenido el 100% de las respuestas y todas coinciden en la necesidad de que los materiales del ET traten los contenidos culturales. Ninguno de los encuestados ha

elegido la opción de tratarlos por separado por lo que podemos concluir que se prefiere tratar los contenidos culturales dentro de la práctica diaria.

En la pregunta 4 vamos a ver qué entienden los docentes por un concepto tan amplio y complejo como el de cultura. En este caso es una pregunta abierta por lo que es más compleja su cuantificación.

4. ¿Qué entiende por cultura?

De los 16 encuestados 1 no ha respondido, alegando poco espacio para definir un concepto tan complejo.

Las definiciones del concepto de cultura que hemos recogido son las siguientes:

2 respuestas se han basado en la definición del RAE para expresar el término cultura “Conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo en diversos aspectos en una época dada”.

3 respuestas han distinguido tres tipos de cultura “con mayúsculas”, “con minúsculas” y “con K”.

2 han relacionado la cultura con la cultura legitimada o “con mayúsculas”, ya que la han relacionado con la historia, el arte, la geografía, las fiestas, la comida, la política, el folclore, etc.

6 respuestas la relacionan con la cultura esencial, ya que la vinculan con valores, creencias, comportamientos, rituales, forma de vestir, música, etc.

Otras 2 son difíciles de clasificar por el tipo de respuesta tan amplia, como es el caso de “aspectos que hacen a cada país diferente del resto”. También llama la atención que la cultura sea solo lo “diferente”, lo que es igual o parecido, ¿no puede ser cultura? O bien otra de las definiciones “aquello relacionado con la sociedad de un país en un momento dado”. Así que se puede considerar como cultura cualquier cosa.

En resumen, podemos concluir que el 50% de los encuestados relacionan la cultura con la esencial, es decir, con valores, creencias, tradiciones, etc, algo que choca con los contenidos de los materiales del ET. El 21% reconoce solo la cultura legitimada o cultivada. Solo el 14% distingue varios tipos de cultura: legitimada, esencial y la cultura con “K”. El 7% la relaciona con lo que diferencia a un pueblo y el restante 7% la asocia

a todo aquello relacionado con una sociedad. Por lo tanto, para la mayoría de los profesores del ET la cultura esencial es fundamental en la didáctica.

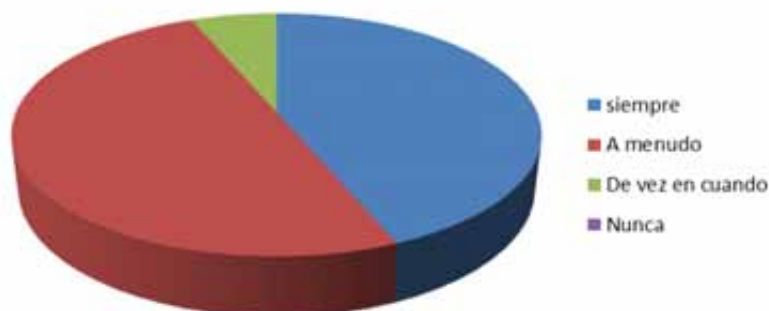


Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia trata contenidos culturales en sus clases (geografía, arte, música, arquitectura, folclore, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

A esta cuestión han respondido los 16 encuestados. El 50% declara tratar contenidos culturales a menudo. Respuesta que choca con el concepto de cultura que ha declarado la mayoría de los entrevistados. Para 44% está presente en la práctica diaria y solo 6% los trata de forma esporádica. Así que podemos deducir que a pesar de que se tenga en cuenta la cultura esencial, la cultura legitimada está muy presente en la actividad didáctica del ET.

Frecuencia de los contenidos culturales

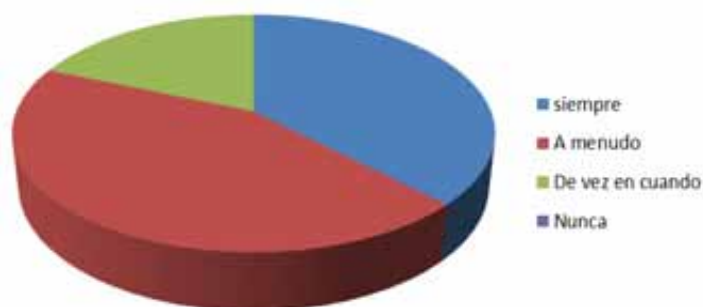


Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia trata contenidos socioculturales en sus clases (creencias, tradiciones, comportamientos, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

Se ha obtenido el 100% de las respuestas, las cuales son un tanto incoherentes con las creencias que han manifestado los docentes, ya que el 44% dice que trata los contenidos socioculturales o lo que se denomina cultura esencial a menudo, el 38% siempre y el 19% de vez en cuando. Así que se puede deducir de las respuestas dadas tanto en la pregunta 5 y 6 que la cultura legitimada está más presente en la didáctica del ET que la esencial, en total incoherencia con el concepto de cultura que manifiestan los profesores.

Frecuencia contenidos socioculturales



Pregunta 7. ¿Los materiales de español turístico que utiliza tienen en cuenta la interculturalidad?

Sí

No

Han respondido 13 de los 16 entrevistados a esta cuestión, de los cuales el 44% considera que los materiales que emplean tienen en cuenta la competencia intercultural y el 38% no. Es importante recordar que una buena parte de los profesores no emplea un libro de texto sino que usa material propio. De ahí que podamos concluir que para una buena parte de los docentes no es fundamental el desarrollo de la competencia intercultural prevista en el *MCER*.

Pregunta 8. ¿Cómo presenta los temas culturales y socioculturales?

En clases dedicadas exclusivamente a ello

Con explicaciones esporádicas relacionadas con los temas tratados en clase.

Los temas tratados en clase tienen como base la cultura y la sociocultura.

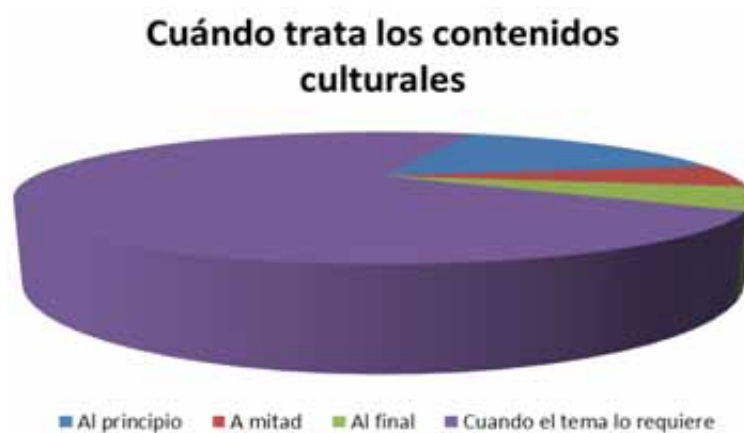
Todos los encuestados han respondido a esta cuestión y en algún caso se ha elegido más de una de las opciones propuestas.

El 58% ha declarado que los temas presentes en el aula tienen como base la cultura y la sociocultura, el 26% lo hace a través de explicaciones esporádicas cuando surge el tema, y por último el 16% dedica clases exclusivas para tratar temas relacionados con la cultura.

Pregunta 9. ¿Cuándo introduce las explicaciones sobre aspectos culturales?

- Al principio de la clase
- A mitad
- Al final
- Cuando el tema lo requiere

En esta pregunta todos los encuestados han respondido con una de las opciones propuestas a excepción de un entrevistado que ha elegido tres. El 72% coincide que introduce explicaciones culturales cuando el tema lo requiere, el 17% al principio, el 6% a mitad y por último el 6% al final.



Pregunta 10. ¿Cómo valora el espacio que dedican los manuales de español del turismo a los aspectos culturales y socioculturales?

- No aparecen aspectos culturales y socioculturales
- Se dedica poco espacio y se suele caer en estereotipos
- Son suficientes. Los temas tratados son los más importantes
- Se tratan gran variedad de temas y aspectos socioculturales

3 entrevistados no han respondido a la pregunta de los 16, los cuales habían declarado que no usaban manual por lo que no tienen una opinión al respecto.

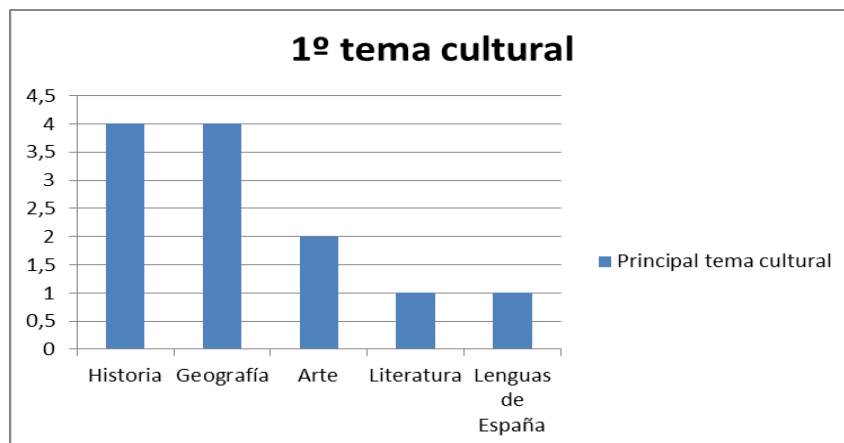
El 92% cree que el espacio dedicado a los aspectos culturales y socioculturales en los materiales del ET es escaso y solo el 8 % lo considera suficiente. Es interesante que ninguno de los encuestados opine que haya gran variedad de contenidos culturales. En resumen, podemos concluir que la gran mayoría de los profesores que usan materiales del ET considera que el espacio dedicado en los materiales del ET a los contenidos culturales y socioculturales es insuficiente.



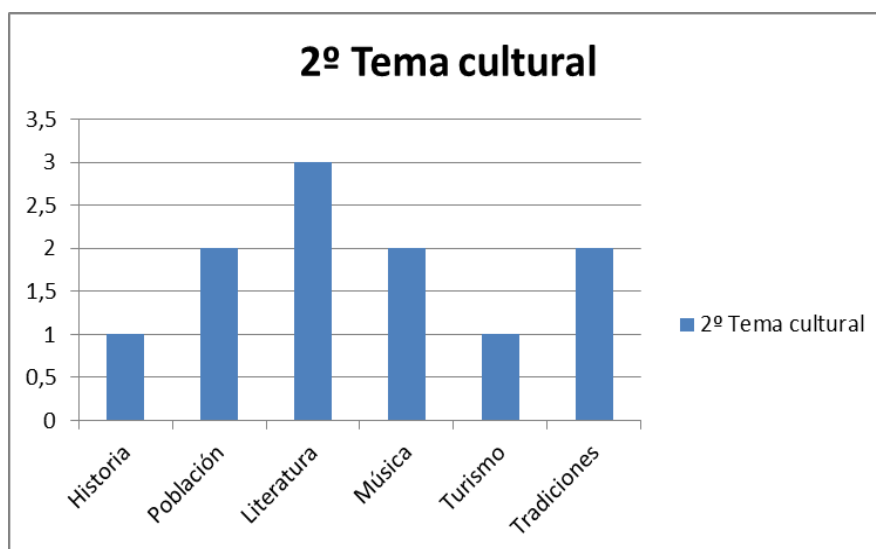
Pregunta 11. Indique los temas culturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

Se trata de una pregunta abierta por lo que las posibles respuestas pueden ser múltiples. De los 16 encuestados, 2 no han respondido. Se han obtenido 14 respuestas válidas:

- Los temas considerados más importantes en primer lugar son la historia y la geografía, y en segundo el arte.

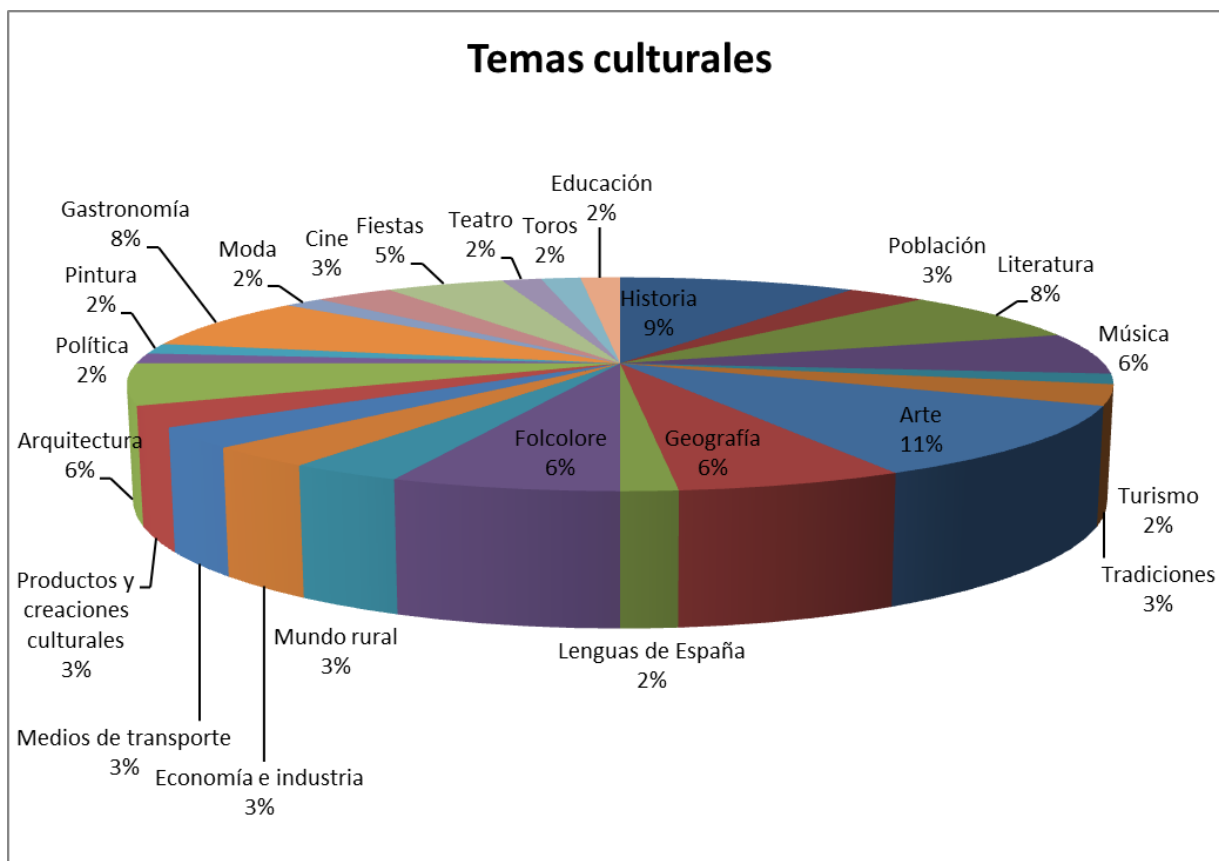


- Los temas considerados más importantes en segundo lugar son literatura, tradiciones, música y población.



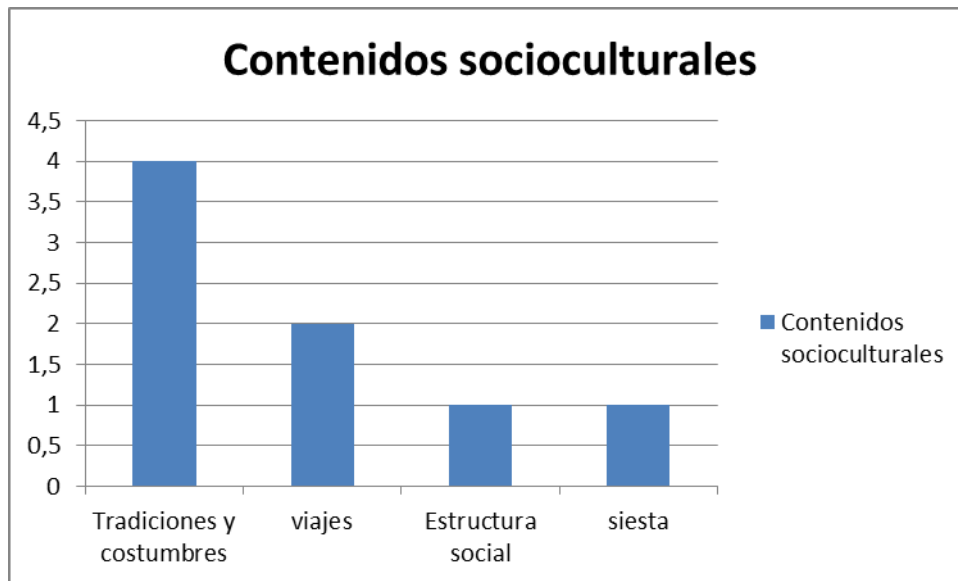
- Los temas más votados por la mayoría de los encuestados son el arte (11%), la historia (9%), la literatura y la gastronomía (8%), el folclore, la geografía, la música y la arquitectura (6%), las fiestas (5%). El resto tiene una representación muy baja con el 3% como la población, las tradiciones, el cine, los medios de transporte, los productos y creaciones culturales, la economía y la industria y el mundo rural. Y, por último, el 2% elige temas como el teatro, los toros, el turismo, la educación, la moda, la pintura, la política y las lenguas de España.

Por último, hemos de señalar que la importancia que se le da a algunos temas es sorprendente en un sector como el turismo, como por ejemplo que las tradiciones y los transportes los haya elegido solo un 3%; y que se dé más peso a la literatura que a las fiestas o al turismo.

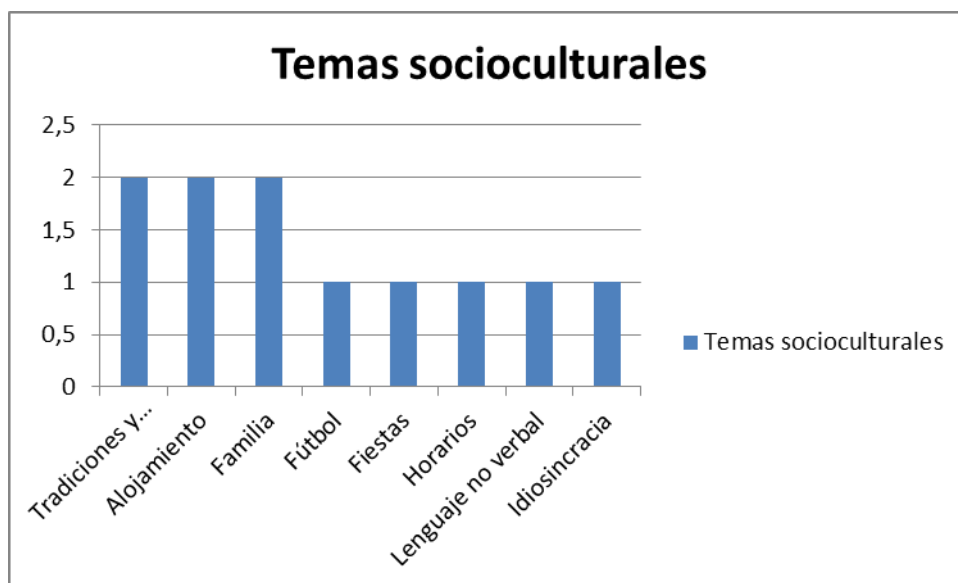


Pregunta 12. Indique los temas socioculturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

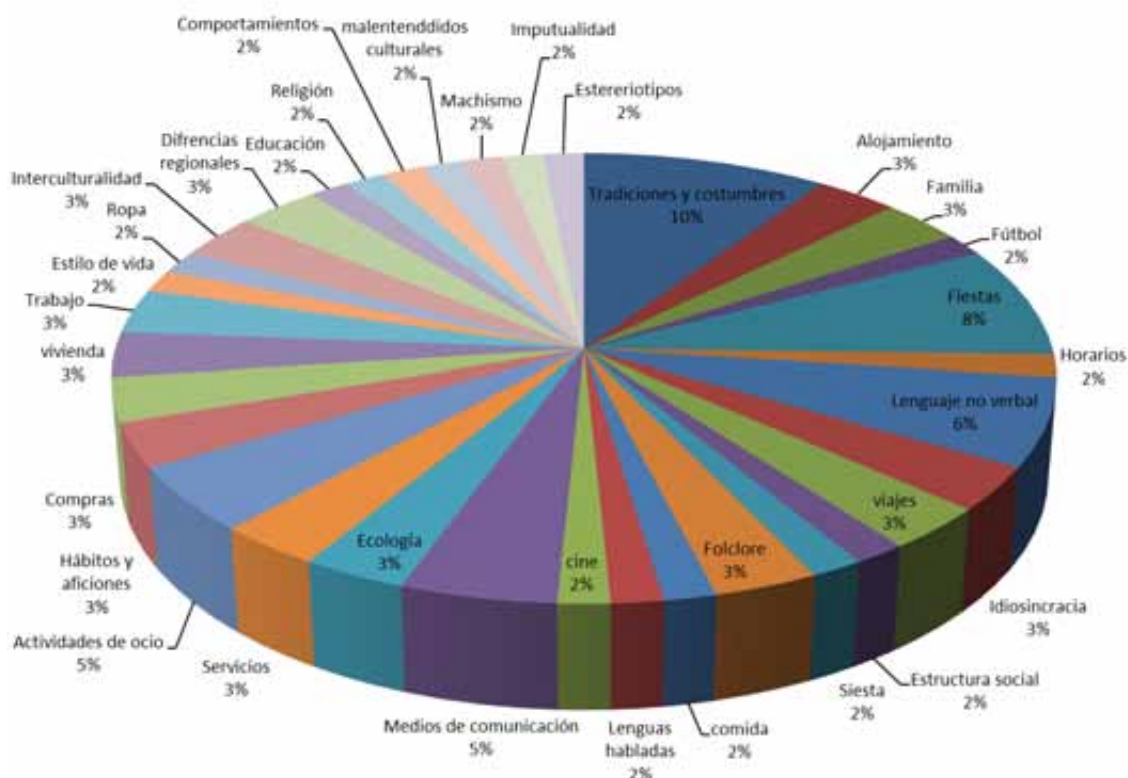
A esta cuestión 3 de los 16 encuestados no han respondido. El tema más elegido ha sido las tradiciones y costumbres en primer lugar, y en segundo, los viajes (entendemos que con este tema se refieren a cómo viajan los españoles, o sea, los hábitos turísticos).



El segundo tema más elegido son una vez más las tradiciones, además del alojamiento y la familia. Como se puede ver en el gráfico se da poca importancia a lengua no verbal, fiestas, etc.



Temas socioculturales



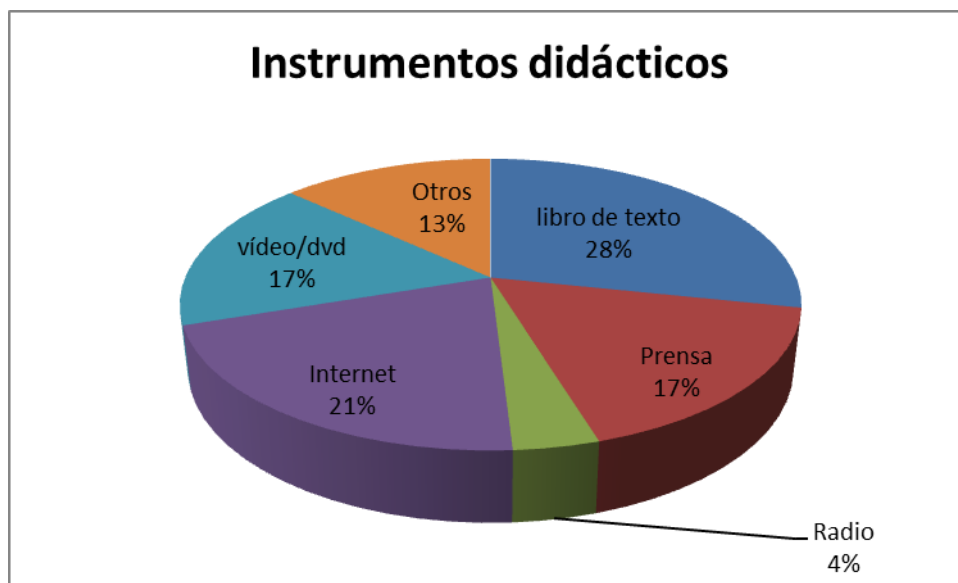
En resumen, como podemos observar en el gráfico los temas socioculturales elegidos por los encuestados son muy variados y en algún caso se solapa la cultura esencial con la legitimada, como puede ser la elección del cine, que se podría haber englobado dentro del ocio. Los más representativos son las tradiciones y costumbres (10%), fiestas (8%), el lenguaje no verbal (6%), los medios de comunicación y las actividades de ocio (5%). Choca la elección de algún tema como la interculturalidad.

Pregunta 13. ¿Qué instrumentos didácticos utiliza para transmitir contenidos culturales y socioculturales?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> El libro de texto | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Prensa | <input type="checkbox"/> Vídeo/DVD |
| <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Otros |

Esta cuestión se puede elegir más de una opción e inclusive todas como ha sido el caso de algunos encuestados.

Los resultados obtenidos están muy repartidos. Solo el 28% emplea un libro de texto, el 21% usa internet para transmitir contenidos culturales y socioculturales, el vídeo o DVD se emplea tanto como la prensa (17%) y el 13% usa otros como fotocopias o presentación personal. Un dato curioso es el bajo uso de la radio (4%).

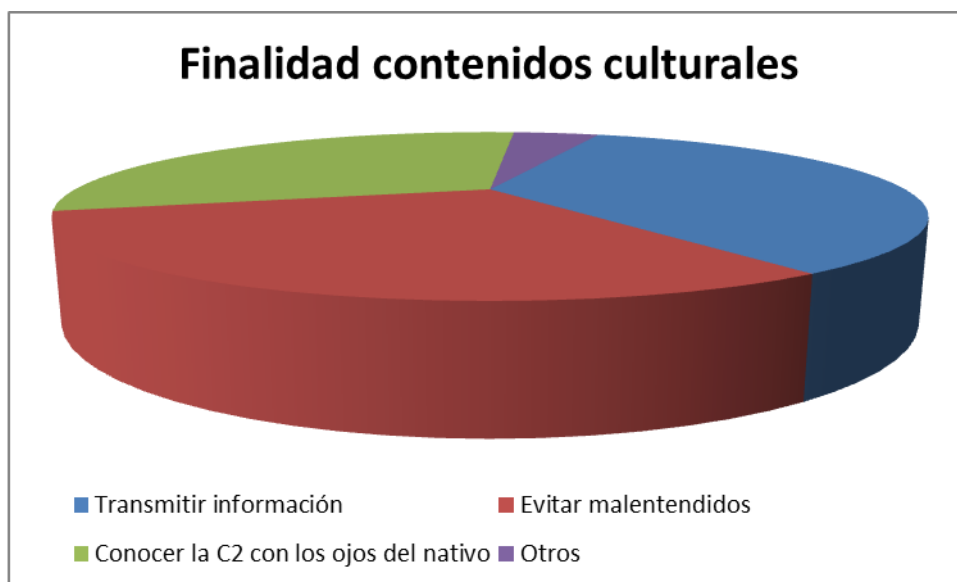


Por lo que hemos podido observar, internet tiene un gran protagonismo en la transmisión de contenidos culturales y socioculturales.

Pregunta 14. ¿Cuándo trabaja aspectos culturales/socioculturales qué finalidad persigue?

- Transmitir información sobre la cultura meta
- Que los alumnos entiendan la cultura meta para evitar malos entendidos lingüísticos
- Que conozcan la cultura meta con los ojos de un nativo
- Otros _____

Se ha obtenido la totalidad de respuestas a esta cuestión. Los resultados recogidos son un tanto sorprendentes ya que el 35% declara que la finalidad que persigue cuando trabaja aspectos culturales y socioculturales es transmitir información, el 31% evitar malentendidos lingüísticos, el 30% conocer la cultura meta con los ojos del nativo, y el 4% otros, que consiste en que el alumno se sienta más cómodo en la cultura meta.



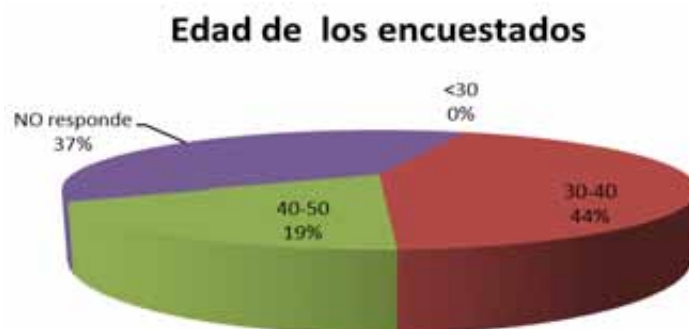
Pregunta 15. ¿Cuándo trata contenidos culturales y socioculturales cómo organiza el grupo clase?

- Un único grupo
- En parejas
- Es pequeños grupos

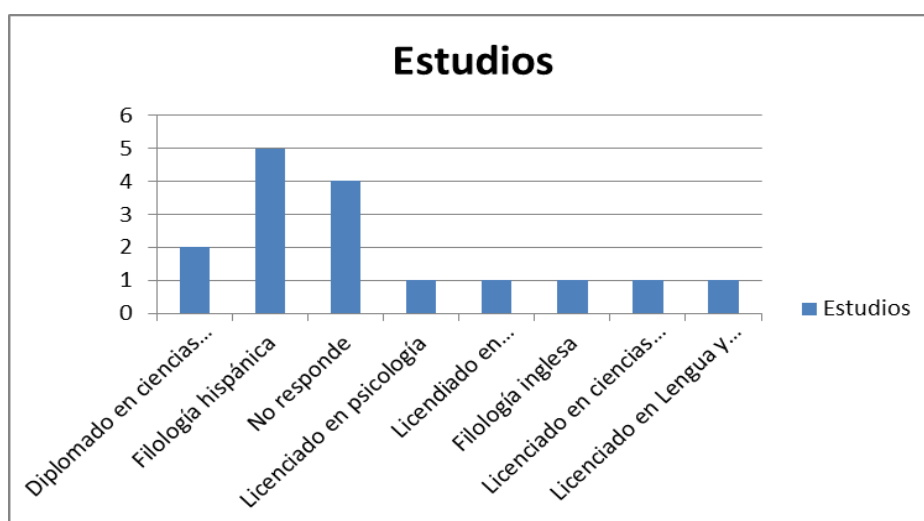
Las respuestas conseguidas han sido 14 de las 16 entrevistas realizadas.

Los datos obtenidos nos indican que el 46% de los encuestados prefiere trabajar en pequeños grupos. Frente al trabajo en parejas (29%), seguido de cerca del grupo clase (25%).

6 docentes de los 16 encuestados, no respondieron a la edad.



4 de los encuestados no indicaron el título de estudio.



Como podemos ver la formación de los encuestados es muy dispar aunque predomina la licenciatura en Filología Hispánica. Así mismo, alguno de los encuestados declara tener más de una licenciatura pero ninguno ha realizado un Máster en ELE ni doctorado.



El 56% de los encuestados es mujer, frente al 44% que son varones.



En cuanto a la nacionalidad el 87% de los encuestados son españoles, frente al 13% italiano.

6.4 Conclusiones

Tras el análisis de las encuestas podemos concluir lo siguiente:

- El 50% de los encuestados relaciona la cultura con lo que se denomina cultura esencial, frente al 21% que asocia el término a la cultura cultivada o legitimada. Pese a esto, el 50% declara que emplea a menudo contenidos culturales en la actividad diaria frente al 44% de contenidos socioculturales.
- Los aspectos culturales y socioculturales se transmiten en la práctica diaria –el 58% de los encuestados– a través de explicaciones esporádicas (72%). A este propósito debemos resaltar que los aspectos culturales más referidos son la historia, la geografía y la literatura. En cambio los contenidos socioculturales que resaltan son las tradiciones, las fiestas y el lenguaje no verbal.
- Una buena parte de los contenidos culturales presentes en la clase del ET tienen una finalidad meramente informativa (35%).
- Llama la atención la baja puntuación que han obtenido aspectos culturales típicos del turismo como son los alojamientos, la comida, los transportes y los servicios.

- La interculturalidad de los materiales es valorada positivamente por la mayoría de los encuestados.
- La valoración que se le da a la cultura y sociocultura en los materiales del ET es bastante negativa, de hecho el 92 % considera que se dedica poco espacio. De hecho, el 28% emplea libro de texto, el 21 % internet y otros soportes como prensa y vídeo el 17%.

Capítulo 7: Propuesta didáctica: una tarea para desarrollar los aspectos culturales en los manuales del español del turismo

7.1 Justificación y contextualización

La unidad didáctica que se presenta en este trabajo de investigación responde a las necesidades que han surgido, por un lado, del análisis de materiales que hemos realizado de los MET y, por otro, de las conclusiones extraídas de las encuestas realizadas a los profesores que trabajan en este campo.

Para la elaboración de la misma partimos de las siguientes consideraciones:

1. La unidad didáctica ²⁹seguirá un enfoque por tareas³⁰ para que los alumnos, a la vez que trabajan el lenguaje de especialidad, en este caso el español del turismo, desarrollen las competencias culturales (sociocultural, intercultural y pluricultural).
2. La unidad didáctica (UD) está dirigida a alumnos adultos, universitarios, en buena parte monoculturales pero en los que están presentes algunos representantes de otras culturas, también estudian otras lenguas además del español.
3. Del análisis de los materiales del ET hemos comprobado que la mayoría de los materiales están dirigidos a niveles que van del A2 al B2, por lo que nuestra UD

²⁹ En el *Diccionario de términos clave de ELE* del CVC, una unidad didáctica se define como el conjunto de acciones pedagógicas del profesor con las que pretende que los alumnos aprendan algo en el aula. Está formada por una sucesión de elementos como textos, ejercicios e instrucciones de trabajo. Una lección también suele contener información de tipo lingüístico y cultural, así como apoyos gráficos, como fotos y dibujos. Este conjunto de elementos aparecen generalmente dispuestos siguiendo una secuenciación y relacionados siguiendo algún criterio que dé coherencia a la lección.

³⁰ El *Diccionario de términos clave de ELE* del CVC define el enfoque por tareas como la propuesta de un programa de aprendizaje de lengua cuyas unidades consisten en actividades de uso de la lengua cuyo objetivo es fomentar el aprendizaje mediante el uso real de la lengua en el aula. Presenta las siguientes características:

- a) una tarea es una iniciativa para el aprendizaje,
- b) que consiste en la realización en el aula de actividades de uso de la lengua representativas de las que se llevan a cabo fuera de ella
- c) y que posee las siguientes propiedades:
 1. Tiene una estructura pedagógicamente adecuada.
 2. Está abierta, en su desarrollo y en sus resultados, a la intervención activa y a las aportación personales de los alumnos
 3. Requiere de ellos, en su ejecución, una atención prioritaria al contenido de los mensajes.
 4. Les facilita al propio tiempo ocasión y momentos de atención a la forma lingüística.

estará enfocada a un nivel C1 (dominio operativo eficaz) por ser este del que menos material se ha publicado. Nuestro objetivo es que los alumnos de niveles avanzados puedan desarrollar las competencias culturales y sociales necesarias para evitar los temidos malentendidos culturales y se comuniquen de forma eficaz.

4. Se han tenido en cuenta las necesidades de los alumnos que se sintetizan en una fundamentalmente: comunicarse en su ámbito profesional. Concretamente son alumnos que cursan el último año del Grado de Mediación lingüística para las empresas y en turismo.
 5. Hemos elegido como tema central alrededor del cual gire la tarea la comida, que es un asunto de gran importancia tanto en el ámbito personal como profesional del turismo, rico de matices culturales y que puede presentar diferencias con respecto a otras culturas.
 6. A pesar de que la mayoría de los profesores han declarado que tratan temas culturales para que los alumnos estén informados sobre estos aspectos, queremos ir más allá y que los contenidos de la UD sirvan para que el alumno interprete mejor la C2 y la vea con los ojos del nativo.
 7. Hemos tenido en cuenta los recursos didácticos que prefieren los profesores para presentar contenidos culturales que, como se comprueba en las encuestas, son en especial internet, la prensa y el material vídeo, por lo que los incluiremos en la elaboración del material didáctico.
 8. Una buena parte de los materiales del ET analizados tiene una orientación monocultural y predomina el ámbito español. Por lo que nos hemos planteado que nuestra UD tenga presente también otros países hispanoamericanos y una perspectiva multicultural.
 9. Del análisis de los materiales hemos observado que las destrezas de aprendizaje se contemplan muy poco en los materiales del ET, por lo que nuestra UD intentará tenerlas en cuenta de forma que el alumno pueda aprender a aprender.
- En resumen, todas las consideraciones que acabamos de enumerar y la reflexión sobre las necesidades de los alumnos a los que desde hace bastantes años impartimos clases del español del turismo, nos ha llevado a diseñar la unidad didáctica que pasamos a ilustrar.

7.2. Objetivos

Los objetivos que nos hemos planteado en la elaboración de la unidad didáctica son los siguientes:

1. Proponer una unidad didáctica en la que se desarrollen los contenidos culturales (socioculturales, interculturales y pluriculturales) dirigida a alumnos universitarios, en buena parte italianos, que deben alcanzar el nivel C1.
2. Contribuir a que los alumnos aprendan a reflexionar sobre la cultura meta de forma que no se den malos entendidos y que eviten usar clichés establecidos, como muchas veces ocurre con culturas hermanas.
3. Fomentar las competencias interculturales y pluriculturales de los estudiantes.
4. Comprobar si la cultura puede tener un espacio más amplio dentro del ámbito del español del turismo.

7.3 Nivel de competencia de los destinatarios

En el análisis realizado de los materiales del ET hemos comprobado que predominan los textos de niveles A2, B1 y B2 y son muy pocos, en cambio, los destinados a niveles avanzados. Además, hemos tenido en cuenta las necesidades de nuestros alumnos que cursan el último curso de Grado en el que estudian español del turismo: a lo largo de los años siempre ha sido difícil encontrar material con fines específicos adecuado a sus necesidades y que les permitiera alcanzar un nivel C1.

Es fundamental que no solo alcancen dicho nivel lingüístico y de contenidos del sector, sino que adquieran los conocimientos culturales necesarios para poder desempeñar bien su futuro trabajo y evitar malentendidos.

El MCE³¹ describe el nivel C1 de usuario competente de la siguiente manera:

³¹ MCER (2002: 26)

C1	<p>Es capaz de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos.</p> <p>Sabe expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada.</p> <p>Puede hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales.</p> <p>Puede producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.</p>
----	---

MCER (2002: 26), cuadro 1, Niveles comunes de referencia: escala global.

Según la escala ALTE³², que describe lo que los alumnos pueden hacer en la L2, concretamente en temas de sociedad y turismo:

NIVEL DE ALTE	COMPRENSIÓN AUDITIVA/EXPRESIÓN ORAL	COMPRENSIÓN DE LECTURA	EXPRESIÓN ESCRITA
Nivel 4	<p>PUEDE mantener conversaciones de carácter informal durante un largo período de tiempo y debatir temas abstractos o culturales con un buen grado de fluidez y variedad de expresión.</p>	<p>PUEDE comprender opiniones o argumentos complejos tal como aparecen expresados en periódicos serios.</p>	<p>PUEDE escribir cartas sobre la mayor parte de los temas. Las dificultades que el lector pueda experimentar se encontrarán probablemente en el vocabulario.</p>

MCER (2002: 243), Documento D2. Resumen de especificaciones de Sociedad y Turismo de ALTE

Asimismo, el *MCER* realiza una descripción de las destrezas lingüísticas características del nivel C1, que será el nivel en que se centre nuestra unidad didáctica:

³² ALTE (Association of Language Tester in Europe).

		C1
COMPRENDER	COMPRESIÓN AUDITIVA	Comprendo discursos extensos incluso, cuando no están estructurados con claridad y cuando las relaciones están sólo implícitas y no se señalan explícitamente. Comprendo sin mucho esfuerzo los programas de televisión y las películas.
	COMPRESIÓN LECTORA	Comprendo textos largos y complejos de carácter literario o basados en hechos, apreciando distinciones de estilo. Comprendo artículos especializados e instrucciones técnicas largas, aunque no se relacionen con mi especialidad.
HABLAR	INTERACCIÓN ORAL	Me expreso con fluidez y espontaneidad sin tener que buscar de forma muy evidente las expresiones adecuadas. Utilizo el lenguaje con flexibilidad y eficacia para fines sociales y profesionales. Formulo ideas y opiniones con precisión y relaciono mis intervenciones hábilmente con las de otros hablantes.
	EXPRESIÓN ORAL	Presento descripciones claras y detalladas sobre temas complejos que incluyen otros temas, desarrollando ideas concretas y terminando con una conclusión apropiada
ESCRIBIR	EXPRESIÓN ESCRITA	Soy capaz de expresarme en textos claros y bien estructurados, exponiendo puntos de vista con cierta extensión. Puedo escribir sobre temas complejos en cartas, redacciones o informes, resaltando lo que considero que son aspectos importantes. Selecciono el estilo apropiado para los lectores a los que van dirigidos mis escritos.

MCER (2002:31), Cuadro 2. Niveles comunes de referencia: cuadro de autoevaluación

También describe los aspectos cualitativos de la lengua hablada, como se puede ver en la tabla:

	ALCANCE	CORRECCIÓN	FLUIDEZ	INTERACCIÓN	COHERENCIA
C1	Tiene un buen dominio de una amplia serie de aspectos lingüísticos que le permiten elegir una formulación para expresarse con claridad y con un estilo apropiado sobre diversos temas generales, académicos, profesionales o de ocio sin tener que restringir lo que quiere decir.	Mantiene con consistencia un alto grado de corrección gramatical; los errores son escasos, difíciles de localizar y, por lo general, los corrige cuando aparecen.	Se expresa con fluidez y espontaneidad sin apenas esfuerzo. Sólo un tema conceptualmente difícil puede obstaculizar la fluidez natural de su expresión.	Elige las frases adecuadas de entre una serie disponible de funciones del discurso para introducir sus comentarios, con el fin de tomar o mantener la palabra y relacionar hábilmente sus propias intervenciones con las de los demás interlocutores.	Produce un discurso claro, fluido y bien estructurado, con el que demuestra un uso controlado de estructuras organizativas, conectores y mecanismos de cohesión.

MCER(2002:32-33); Cuadro 3. Niveles comunes de referencia: aspectos cualitativos del uso de la lengua hablada

7.4 Justificación del enfoque adoptado

A la hora de diseñar la UD hemos tenido en cuenta que respete los siguientes aspectos que deben reunir los materiales didácticos (Sans, 2000:4):

1. Contextualización
2. Significatividad e interacción. Considerar el significado de las formas lingüísticas tanto en su descripción como en la práctica.
3. Evitar el “malabarismo” y la resolución mecánica. Evitar que el material promueva el desarrollo de habilidades ajenas a la comunicación o se resuelva mecánicamente.
4. Relevancia de los recursos propuestos para la resolución de la actividad.
5. Corrección. El material debe potenciar/permitir la corrección positiva y personalizada (considérese el potencial de la creación cooperativa respecto al aprendizaje de la gramática).
6. Entrenamiento estratégico. Propiciar el análisis/descubrimiento. Aprender a aprender.
7. Prever la administración de la clase. Organización social del aula. La unidad didáctica como un proceso equilibrado donde dinámicas y temas se van alternando y complementando.
8. Conciencia de progreso. Conciencia por parte del alumno de cuáles son los objetivos de la unidad didáctica y focalización de los medios lingüísticos.

Asimismo, seguiremos un enfoque por tareas³³, por ello la UD “Con mucho gusto” se enmarcará dentro de esta variante metodológica comunicativa, para que los alumnos conozcan los referentes culturales relacionados con la comida dentro del ámbito del turismo, de forma que aprendan a desenvolverse en situaciones laborales y a realizar escritos profesionales usando la lengua meta y experimentando procesos de comunicación reales.

³³ La enseñanza mediante tareas no es un método sino un enfoque que surge en la década de los 80 pero no se extiende hasta los años 90. Han realizado interesantes propuestas didácticas Zanon (1990) y Breen (1990), entre otros.

Con la tarea nos proponemos como objetivo final la elaboración de un vídeo promocional. Se trata de elaborar un vídeo para promocionar los productos típicos de la propia región o del lugar donde los alumnos estudian actualmente español.

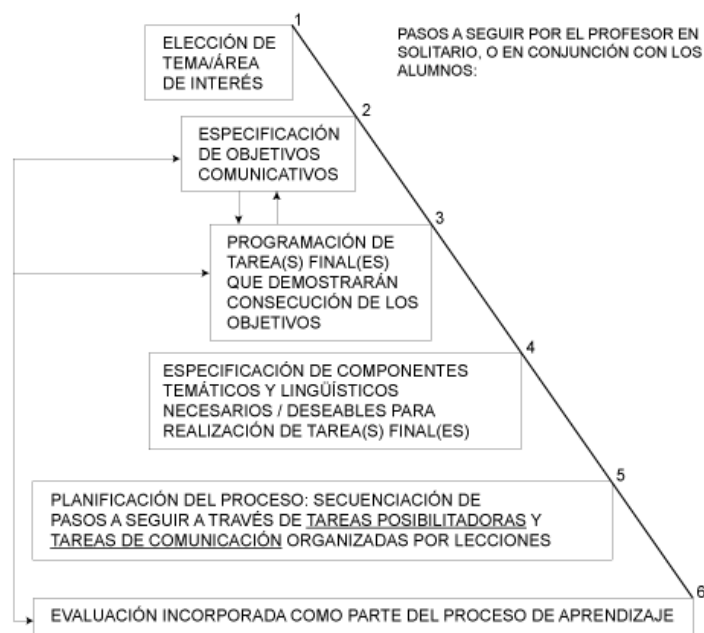
Creemos que este enfoque aumentará la motivación de los alumnos ya que diseñarán un producto que puede ser útil y cuya experiencia les puede ser muy interesante en el futuro mundo del trabajo. A la vez conocerán mejor la C2 y adquirirán una mayor conciencia pluricultural. Además, creemos que esta práctica fomenta la creatividad de los estudiantes que resulta fundamental, y responsabiliza y permite el aprendizaje cooperativo.

7.5 Estructura de la unidad didáctica

Está organizada a partir de una secuenciación de una serie de actividades enfocadas a la realización de una tarea final.

Para conseguir los objetivos establecidos es necesario que los alumnos trabajen de forma cooperativa y que intercambien experiencias propias, y tomen conciencia de las diferencias culturales para que adquieran una visión multicultural y vean la C2 con los ojos del nativo. Asimismo, deberán aprender a realizar un producto de promoción publicitaria.

La estructura de una tarea, según Estaire y Zanón (1994: 412), es la siguiente:



La tarea final que se propone a los alumnos consiste en la realización de un vídeo promocional de la gastronomía de la propia región o del lugar donde están estudiando actualmente español. Las fases y actividades que constituyen la unidad son las siguientes:

A. PRESENTACIÓN. Su objetivo es motivar a los alumnos:

1. PARA CHUPARSE LOS DEDOS.

1. A. y 1.B son actividades de observación directa para que los alumnos se familiaricen con los platos típicos de la gastronomía hispana.

1.C. Esta actividad tiene una doble finalidad. Por un lado, que empleen el léxico de la comida que conocen y que incorporen palabras nuevas, algunas de ellas típicas del español de América; y, por otro, que reflexionen sobre las diferencias y semejanzas que presentan con la gastronomía propia.

1.D. En este apartado se busca la negociación de contenidos y procedimientos.

1.E. Está enfocado a la práctica oral en pequeños grupos para que los estudiantes hablen de la gastronomía propia, de algún país que hayan visitado o que conozcan, y que, finalmente, se realice una puesta en común.

1.F. Lectura del texto “La cocina japonesa, patrimonio de la humanidad” y actividades de comprensión, de análisis textual y técnicas para resumir.

B. PRÁCTICA CONTROLADA: estas actividades contribuyen a desarrollar las capacidades necesarias para realizar la tarea final. Sirven para adquirir léxico, desarrollar el sistema formal y razonar sobre comportamientos culturales relacionados con la comida.

2.A. “Más sano...”. Está dirigida a la reflexión sociocultural sobre comportamientos socioculturales, y el análisis lingüístico y el desarrollo del sistema formal.

2.B. Está dirigida al desarrollo de la expresión escrita, la consolidación del uso de los marcadores textuales y la activación del léxico aprendido.

2.C. “Marchando una de....”. Esta tarea pretende tratar el tema de la restauración moderna y analizar comportamientos sociales relacionados con la comida.

3. A PRUEBA DE BOMBA.

3.A. Es una comprensión auditiva que tiene como objetivo obtener información sobre la gastronomía mexicana. Reflexionar sobre otras formas de comer a las que los alumnos no suelen estar acostumbrados. Se realizará una reflexión intercultural sobre los platos mexicanos.

3.B. Explotación de un vídeo promocional sobre la gastronomía mexicana. La finalidad de esta tarea es que los alumnos reflexionen y deduzcan las características del texto promocional.

3. C. PRÁCTICA LIBRE. Es la tarea final que permitirá al alumno poner en práctica todos los referentes culturales que ha aprendido a lo largo de la unidad, además del conocimiento específico del sector y practicar un escrito profesional importante dentro del ámbito del turismo. Asimismo, será una herramienta importante para el profesor para poder evaluar el proceso de aprendizaje.

La parte final de la evaluación está pensada para que el alumno pueda reflexionar sobre cómo y qué ha aprendido de los aspectos socioculturales y de los contenidos específicos de la lengua de especialidad, español del turismo.

7.6 Propuesta didáctica

CON MUCHO GUSTO

Tarea final: Hacer un vídeo promocional sobre la gastronomía de una región turística.

Duración: 8 h

Perfil de los estudiantes: universitarios de 3º curso de Mediación Lingüística para las Empresas y el Turismo.

Nivel: C1



1. Para chuparse los dedos.

1.A. Aquí tienes algunos platos típicos de la cocina hispana, observa las imágenes y relaciónalas con el nombre correspondiente.



1.

- a. Mondongo
- b. Arroz con guandú



7.



2.

- c. Empanada
- d. Pupusas



8.



3.

- e. Guiso de ahote con natilla
- f. Grappamiel



9.



4.

- g. Fricase de pollo y tocino
- h. Alfajores



10.



5.

i. Cebiche

j. Malaya



11.



6.

k. Gallo pinto

l. humitas



12.



1.B. Con ayuda de tu compañero intenta deducir a qué país hispano pertenece cada plato.





1.C. ¿Conoces alguno de estos platos? ¿Qué ingredientes crees que tienen?
¿Se parecen a los de tu país?



1.D. En esta unidad vamos a tratar una cuestión tan importante como la gastronomía. ¿Qué temas crees que pueden ser importantes afrontar? ¿Cómo te gustaría aprenderlos?



1.E. En grupos hablad sobre la gastronomía de vuestro país, de algún país que conozcáis o que hayáis visitado.



- ✗ ¿Cuáles son las comidas principales?
- ✗ ¿A qué hora se suelen realizar ?
- ✗ ¿Cuáles son los platos típicos?
- ✗ Hay alguna costumbre que te haya llamado la atención.



1.F. Lee el siguiente artículo sobre la cocina japonesa.

- ✗ ¿Qué sabes de la cocina japonesa?

- ✘ ¿Has comido alguna vez en un restaurante japonés? ¿Sabrías nombrar alguno de sus platos típicos?
- ✘ ¿Qué crees que dirá el artículo sobre ella?

La cocina japonesa, patrimonio de la humanidad

“Los jueces han valorado el espíritu y la tradición de respeto a la naturaleza asociado al 'washoku'”

ROSA RIVAS, Madrid (Tomado de *El País semanal*)



Familia japonesa preparando comida tradicional, 'washoku' reconocida por la Unesco.

La Unesco ha incluido la cocina tradicional japonesa, conocida como washoku, en su lista de patrimonio cultural inmaterial, en una decisión celebrada por las autoridades que esperan que ayude a potenciar el turismo y las exportaciones de alimentos. La Agencia de Asuntos Culturales destacó que el comité intergubernamental de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

(Unesco) que aprobó la inclusión durante su junta en Baku (Azerbaián) valoró mucho el espíritu y la tradición de respeto a la naturaleza asociado al washoku. La técnica coreana de conservación y sazonado kimchi, el café a la turca y un antiguo método georgiano de vinificación, kvevris, también se incluyen en esta lista patrimonial.



Productos de la dieta mediterránea. /JULIÁN ROJAS

Asimismo, la Unesco declara patrimonio inmaterial la dieta mediterránea "que representan Chipre, Croacia, España, Grecia, Italia, Marruecos y Portugal". La presentación de la candidatura ha sido "el resultado de una estrecha colaboración entre entidades oficiales de los cuatro Estados interesados". La dieta mediterránea estaba inscrita ya en los inventarios del patrimonio cultural inmaterial de los cuatro Estados y se va a incluir, anuncia la Unesco, en un inventario transnacional del Mediterráneo que se halla en curso de elaboración. "Comer juntos es uno de los fundamentos de la identidad y continuidad culturales de las comunidades de la cuenca del Mediterráneo. Este elemento del patrimonio cultural inmaterial pone de relieve los valores de hospitalidad, buena vecindad, diálogo intercultural y creatividad, y además desempeña un papel esencial de factor de cohesión

social", señala el organismo internacional, que desde 2008 muestra el escaparate internacional de las tradiciones cuya preservación es necesaria y que demuestran la diversidad de los pueblos.

Según cita la Unesco en su valoración de la cocina japonesa, el washoku es una práctica social basada en un conjunto de competencias prácticas, tradiciones y conocimientos vinculados a la producción, tratamiento, preparación y consumo de alimentos. Este elemento del patrimonio cultural va unido a un principio esencial de respeto de la naturaleza que está estrechamente vinculado al uso sostenible de los recursos naturales. Los conocimientos básicos y los rasgos sociales y culturales característicos del washoku se manifiestan generalmente durante las fiestas del Año Nuevo: los japoneses preparan diversos manjares para dar la bienvenida a las divinidades del año entrante: pasteles de arroz y platos especiales, hermosamente ornamentados y preparados con ingredientes frescos. Cada uno de ellos tiene un significado simbólico distinto. Todos estos manjares se sirven en una vajilla especial y son compartidos por los miembros de la familia o de la comunidad. Esta práctica fomenta el consumo de ingredientes naturales y locales como arroz, pescado, verduras y plantas silvestres comestibles.



Platos de comida japonesa. / ROSA RIVAS

Los conocimientos y competencias prácticas elementales que guardan relación con el washoku –por ejemplo, la condimentación de los platos caseros– se transmiten en el seno del hogar, durante las comidas familiares. Las asociaciones locales, los docentes de las escuelas y los profesores de cocina también desempeñan un papel importante en la transmisión de esos conocimientos y competencias prácticas por intermedio de la enseñanza, formal o no formal, y de la práctica.

"Estamos realmente contentos. Nos gustaría continuar transmitiendo la cultura culinaria japonesa a las generaciones venideras", dijo el primer ministro, Shinzo Abe, en un comunicado. "También nos gustaría esforzarnos más para que la gente de fuera de Japón aprecie las cualidades del washoku", añadió Abe en el documento, recogido por la agencia Kyodo.

La decisión se produce mientras el país se enfrenta a una baja tasa de autosuficiencia alimentaria de alrededor del 40% sobre una base de consumo calórico, así como a la proliferación de

hábitos alimenticios occidentales. Con la inclusión de la tradición culinaria japonesa en la lista de la Unesco, el gobierno nipón espera que las generaciones más jóvenes valoren su cultura alimentaria. Al mismo tiempo, las autoridades confían en que se disipen los temores en torno a la seguridad de los productos alimenticios japoneses, desatados tras las consecuencias del terremoto y posterior tsunami de 2011.

"La cocina japonesa se ha convertido ya en una comida global. Ahora este reconocimiento se incrementará con toda seguridad. Espero que la gente de todo el mundo se familiarice con ella y la promueva", dijo por su parte Yoshihiro Murata, chef del estrellado restaurante Kikunoi (de Kioto y Tokio), uno de los primeros en llamar la atención pública de su país para solicitar el estatus del washoku como patrimonio cultural de la humanidad.

El Gobierno japonés propuso a la Unesco registrar la comida tradicional en su lista en 2012 como resultado de la campaña iniciada antes por la Academia Culinaria Japonesa, una organización sin ánimo de lucro compuesta principalmente por chefs de Kioto, antigua capital imperial del país. En su propuesta, titulada Washoku: Culturas alimentarias tradicionales de los japoneses el Gobierno defendió la "gran diversidad" de su comida debido a condicionantes históricos y geográficos, lo que ha propiciado el uso de múltiples productos agrícolas y del mar. Washoku es el vigésimo segundo bien inmaterial de Japón que ha sido listado por la Unesco, que incluye manifestaciones de artes escénicas

como el kabuki, el noh y el bunraku (teatro de marionetas).

Hasta ahora solo cuatro culturas gastronómicas habían sido incluidas por Unesco en su lista de patrimonio intangible; la cocina tradicional mexicana, la dieta mediterránea en países como España e Italia, la cocina francesa y el keskek, un plato ceremonial que se sirve en regiones de Turquía, Grecia o Irán.



Cebolla con pasta de soja y 'kimchi' emulsionado, plato del chef Sang Hoon Degeimbre. / ROSA RIVAS

Pero este año se han incluido, además de la tradición japonesa, otros elementos gastronómicos arraigados en otras culturas, como el kimchi de la República de Corea, el café a la turca o el método de vinificación en Georgia denominadokvevris.

El kimchi, antigua técnica coreana de conservar y sazonar los alimentos, sobre todo verduras, que está ganando adeptos entre la cocina de vanguardia internacional. La Unesco destaca que "esta costumbre pone de relieve la importancia que tiene el hecho de compartir y, además, recuerda lo necesario que es vivir en armonía con la naturaleza. La práctica colectiva del kimjang reafirma la identidad del pueblo coreano y ofrece una excelente

oportunidad para fortalecer la cooperación familiar".

El café a la turca, indica la Unesco, es un elemento del patrimonio cultural en el que van unidas una serie de técnicas de preparación especiales y una rica cultura común tradicional. "Se consume principalmente en establecimientos donde la gente se reúne para discutir, intercambiar noticias y leer libros. Esta tradición cultural es un símbolo de hospitalidad, amistad, refinamiento y esparcimiento que impregna todos los ámbitos de la vida".

También es un factor de fortalecimiento familiar lo que el organismo internacional subraya en su reconocimiento de la vinificación en kvevris, que recibe su nombre de los envases de barro ovoides utilizados para fermentar y almacenar el vino en los pueblos y ciudades de toda Georgia. "La elaboración del vino, que desempeña un papel importante en la vida diaria y las fiestas de las comunidades de Georgia, es un componente indisoluble de su identidad cultural", explica el comunicado de la Unesco, y añade que "los viñedos y el vino son temas frecuentemente evocados en las tradiciones orales y las canciones georgianas. Los conocimientos acerca de este elemento del patrimonio cultural se transmiten por conducto de las familias, vecinos y amigos que participan conjuntamente en las faenas de la vendimia y la vinificación".

Y un método relacionado con la producción alimentaria de Bélgica también ha sido añadido a la lista patrimonial de la Unesco: la pesca del camarón en Oostduinkerke. "Los

pescadores de camarones, montados a caballo, arrastran sus redes en las olas rompientes para capturar sus presas. Para ejercer este oficio es esencial poseer un buen conocimiento del mar y de los bancos de arena, y tener una estrecha relación de confianza con el caballo. Este tipo de pesca tradicional confiere a la comunidad que lo practica un fuerte sentimiento de identidad colectiva".

- ✘ ¿Por qué ha incluido la Unesco el washoku en su lista de patrimonio cultural inmaterial?
- ✘ ¿Qué otros productos están incluidos en ella?
- ✘ ¿Qué puede suponer para la cocina tradicional japonesa este reconocimiento de la Unesco?
- ✘ ¿Qué características deben tener los productos para obtener el reconocimiento de la Unesco según el texto?
- ✘ ¿Crees que todos nos comportamos igual en la mesa?
- ✘ ¿Qué tipo de texto es? ¿Qué características tiene?
- ✘ Haz un resumen breve.

2. MÁS SANO...



2.A. La gastronomía de un pueblo dice mucho acerca de su forma de vivir y relacionarse. Cuando hablamos de gastronomía, nos referimos también a las costumbres sociales que rodean el hecho de comer, puesto que se trata de una actividad social mediante la cual nos relacionamos.

- ✘ ¿Qué platos típicos asociados a fechas y celebraciones existen en tu país?

Hoy en día está muy en boga la alimentación sana y saludable. Sin embargo, en una época como la actual, en la que cada vez tenemos menos tiempo para cocinar, empiezan a ser graves las consecuencias de la mala alimentación. Nos bombardean con los productos biológicos a la vez que se promueven campañas para concienciar a la población sobre el cuidado de la nutrición. En España existen unos 16.000 productores ecológicos, pero la media de consumo de este tipo de alimentos en una de las más bajas de Europa.

- ✘ ¿Qué opinas de los productos bio? ¿Los consumes?

✘ ¿Crees que se puede comer sano hoy en día?

Tener una dieta sana es fundamental y se puede saber mucho sobre una persona viendo lo que lleva en el carrito de la compra. Hay países de gran tradición y cultura culinaria en los que incluso los más pequeños cocinan y se interesan por aprender más sobre los productos y modos de prepararlos. No obstante, lo más normal es que los niños coman un reducido número de platos.

✘ ¿Qué platos crees que le gustan más a los peques de la casa?

✘ ¿Cómo ha cambiado la alimentación de los niños en los últimos años?

✘ ¿Crees que hay relación entre el carácter y la forma de comer?

Existen muchos motivos por los que elegir un destino turístico determinado para las vacaciones. El turismo gastronómico mueve a muchos turistas en España. Es cierto que a lo mejor no es el único motivo, pero lo que es cierto es que el españolito de a pie tiene en cuenta qué va a comer en el lugar que visita.

✘ ¿Es igual en tu país?

✘ ¿Adónde irías para descubrir su gastronomía?

✘ En los textos aparecen algunos marcadores textuales, ¿cuáles son?
¿Podrías clasificarlos? Escribe otros que conozcas.

Introducir el tema del texto	
nos proponemos exponer	este texto trata de
.....
Iniciar un tema nuevo	
Con respecto a	en relación con
acerca de
.....



Marcar orden		
en primer lugar	de entrada	
ante todo	por una parte	
.....	
.....	
Continuar sobre el mismo punto		
además	después	asimismo
.....
Detallar		
por ejemplo	en particular	a saber
.....
Resumir		
en resumen	brevemente	recapitulando
.....	
.....	
Indicar oposición (adversativas)		
en cambio	ahora bien	sin embargo
.....
Indicar objeción (consecutivas)		
aunque	a pesar de (que)	con todo
.....	



2 B. Escribid un artículo en pequeños grupos sobre platos que consideréis sanos y dignos de ser incluidos en la lista de patrimonio inmaterial de la humanidad. No olvidéis de utilizar los marcadores textuales.



2.C. Marchando una de...

Mira el siguiente vídeo sobre un famoso bar de Málaga, El Pimpi Florida.

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/comando-actualidad/comando-actualidad-bares-miticos/2810505/>

- ✗ ¿Qué sabes sobre la restauración moderna?
- ✗ ¿Qué tipo de establecimientos pertenecen a este tipo de restauración?
- ✗ Toma nota de todos los platos que se sirven en el Pimpi.
- ✗ ¿Qué gustos tienen los españoles a la hora de comer en los bares? ¿Qué costumbres se pueden observar en el vídeo?
- ✗ ¿Cómo son los horarios? ¿Crees que hay que dejar propina? ¿Son iguales a los de tu país?



3. A PRUEBA DE BOMBA

3.A. Comer es una cuestión cultural, cada pueblo emplea los alimentos que tiene a disposición según las tradiciones e influencias recibidas. Escucha la siguiente grabación sobre la gastronomía mejicana. ¿Hay algún plato que te sorprende?

<http://www.visitmexico.com/es/gastronomia-mexicana>

- ✗ ¿Qué platillos se pueden degustar en Méjico?
- ✗ ¿Te gustaría probar alguno de ellos?

- ✘ ¿Conoces otros países donde se coman insectos?
- ✘ ¿Encuentras algún parecido entre la gastronomía mejicana y la tuya?



3.B. Méjico es un país de gran atractivo turístico ya sea por su gastronomía como por sus lugares arqueológicos y tradiciones únicas. Aquí tienes un vídeo para promocionar la gastronomía mexicana.

- ✘ ¿Cómo crees que se escribe un texto promocional? ¿Qué estructura tiene?
- ✘ ¿Qué características tiene el texto promocional?
- ✘ Esta es la transcripción del vídeo al que le faltan algunas palabras. Intenta completarlas.

¿Sabías que la gastronomía mejicana es patrimonio _____? Y que hoy está en movimiento.

No hay otro país con tal diversidad de _____ únicos, donde cada experiencia extraordinaria es también un inolvidable _____ culinario.

Tenemos todo tipo de cocina para volverte loco: tradicional, _____ y contemporánea, expresiones geniales en forma de comida.

Visita los mercados y puestos _____, también conoce el dinamismo de sus restaurantes, sé testigo de por qué los medios culinarios de todo el mundo, no dejan de _____ de Méjico ahora.

Ven al norte o al sur, al _____ o al oeste y descubre incontables comidas regionales que te harán _____ como si estuvieras en varios _____ al mismo tiempo.

Bienvenido al paraíso de los foodies

Al entrar en una cocina mejicana encuentras un _____ de culturas, un laboratorio de experimentación sin límites y probarás por qué varios de los

_____ chefs del mundo son mexicanos. Artistas multipremiados que usan ingredientes con inventiva y_____.

Prueba nuestro maíz, frijol, calabaza, nopal, hongos, _____ nuestras aves, pescados e insectos; consiéntete con nuestra vainilla y chocolate; _____ nuestro vino, tequila, mezcal, cerveza y café. Y créeme tenemos mucho _____.

Bienvenido a un festín de colores, _____, aromas y sabores, que gozan más de 24 millones de visitantes cada año.

Prehispánica, colonial, moderna, progresiva pero siempre deliciosa.

La gastronomía mexicana te abre sus_____. Alerta tus sentidos a todo lo que se está cocinando. Y mejor aún, _____ Méjico.

Abre tu apetito por la magia. Prueba, huele, ve, toca y _____ para siempre.

Saborea Méjico, Méjico vívelo para creerlo.

- ✘ Ahora mira el vídeo y comprueba las respuestas.
- ✘ En pequeños grupos volved a leer el texto y buscad las características que tiene el texto publicitario.



Te puede ser útil:

- ✘ Observa la estructura.
- ✘ ¿Tiene slogan?
- ✘ ¿Predominan los sustantivos, adjetivos...?
- ✘ ¿Qué tiempos verbales se emplean?
- ✘ ¿Cómo es el orden de la frase?
- ✘ ¿Aparecen figuras retóricas?

TAREA FINAL:

Realiza un vídeo promocional sobre la gastronomía de tu región o del lugar donde estudias español.

En pequeños grupos, máx. 4 personas, escribid un texto para promocionar la gastronomía de vuestra región en los países de lengua hispana. Para ello tendréis que decidir:

- ✓ ¿Qué eslogan vais a utilizar?
- ✓ ¿Qué queréis resaltar de la gastronomía? ¿A qué queréis que se asocie?
- ✓ ¿Qué imágenes vais a utilizar?
- ✓ ¿Qué música os parece la más apropiada?
- ✓ Una vez escrito el texto elegir el programa con el que queréis grabar para integrar el texto con las imágenes y la música.
- ✓ Se hará un concurso de vídeos en clase donde se elegirá el ganador.



EVALUACIÓN

1. ¿Qué has aprendido?

1.a. Escribe todas las palabras relacionadas con la gastronomía que recuerdas.

.....
.....
.....
.....

1.b. ¿Qué temas relacionados con la gastronomía te han llamado más la atención?

.....
.....
.....

1.c. Imagina que vas de vacaciones a España. Responde a las siguientes preguntas:

a. ¿A qué hora vas a un restaurante a cenar? ¿Dejas propina?

b. Si quedas con unos amigos españoles para tomar unas tapas:

b.1. ¿Pides solo para ti u os ponéis de acuerdo sobre qué comer? ¿Cómo pagáis?

.....
.....
.....

2. ¿Cómo has aprendido?

2.a. En esta tarea he reflexionado sobre los siguientes aspectos de la gastronomía:

.....
.....
.....

2.b. Las actividades me han parecido:

- Poco interesantes
- Bastante interesantes
- Muy interesantes

2. c. Me ha parecido difícil.....

Pero ahora sé.....

2.d. Tengo que mejorar.....

2.e. ¿Qué piensas del resultado obtenido?

.....

.....

.....

GUÍA PARA EL PROFESOR

Destinatarios: alumnos universitarios

Tiempo: 8 h

Nivel: C1

Objetivos de aprendizaje:

- ✓ Ampliar el léxico de la gastronomía.
- ✓ Conocer la variedad del español de América (léxico).
- ✓ Reflexionar sobre los comportamientos y actuaciones sociales relacionadas con la comida.
- ✓ Conocer las tipologías textuales del artículo y el texto promocional y los marcadores del discurso.

Exponentes lingüísticos:

Léxico: relacionado con la comida. Variedad peninsular y americana.

Gramática: marcadores textuales; expresar opinión (es increíble que + sub; es alucinante que + sub., Creo que + indic, no creo que + sub.)

Objetivos comunicativos:

- ✓ Hablar de la gastronomía de un país.
- ✓ Expresar opinión, perplejidad, sorpresa.
- ✓ Argumentar.
- ✓ Redactar un artículo sobre temas culinarios.
- ✓ Elaborar un texto promocional

Tareas intermedias:

1. Para chuparse los dedos: actividad de motivación y para introducir el tema.

- Conocer platos de la cocina hispana.
- Recordar los países donde se habla español y su localización geográfica.
- Conocer las variedades léxicas del español de América.
- Retomar el léxico de la comida.
- Negociar contenidos y procedimientos.
- Reflexionar sobre los aspectos socioculturales presentes en la comida.
- Conocer la gastronomía otros países: asiáticos.

2. Más sano.

- Reflexionar sobre eventos y celebraciones relacionados con la comida.
- Opinar sobre los productos bio y la alimentación actual.
- Escribir un artículo sobre productos gastronómicos.
- Observar comportamientos socioculturales de los españoles en los bares.
- Hablar de los horarios de los establecimientos de restauración en España y del uso de la propina.
- Tratar el tema de la restauración moderna y los tipos de establecimientos.
- La variedad del español meridional.

3. A prueba de bomba

- conocer la gastronomía mejicana.
- conocer la variedad del español de México.

- Analizar las características y estructura del texto promocional.

Tarea final: realizar un vídeo promocional sobre la gastronomía de la propia región o de donde se estudia español.

Soluciones

Ejercicio 1.A

1.c_ Argentina, España, Bolivia, Perú y Venezuela.

2.K Costa Rica- Nicaragua

3.A. Venezuela

4.I. Perú

5.E. Costa Rica

6.G. Colombia

7. L. Ecuador

8.J. Chile

9. B. Panamá

10. D El Salvador

11. H. España, Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, Perú.

12. F. Uruguay

Transcripción del audio

México es muy famoso por su gastronomía. Pero más allá de los tacos y el guacamole, que gozan de renombre internacional, hay ricas y variadas tradiciones culinarias a lo largo de todo el país. Los sabores, aromas y texturas de la cocina tradicional mexicana son una grata sorpresa para los sentidos, especialmente los productos exóticos como los gusanos.

os de maguey, hormigas y chapulines fritos. La inigualable fusión de sabores en platillos como el mole y las tradicionales salsas mexicanas es un deleite para los paladares más exigentes.

En tu visita a México no dejes de probar las cocinas regionales de Yucatán y Oaxaca.

La gastronomía oaxaqueña es una de las más famosas en México e incluye el mole, las tlayudas (una gran tortilla que se acompaña con ingredientes regionales) y, para los aventureros, los chapulines aderezados con sal, ajo y otras especias. Los sabores de Yucatán son menos extremos pero sorprenden en cada platillo. Puedes comenzar con la cochinita pibil, que es carne de puerco aderezada con naranja, cebolla morada y salsa de axiote, cocinada en un horno bajo tierra.

Chefs contemporáneos están desarrollando continuamente la personalidad gastronómica de México, incorporando ingredientes de todas partes del mundo para crear una fusión cosmopolita. En la ciudad de México, el rango de platillos que se ofrece no está limitado a los platillos tradicionales del país. El Centro Histórico y los barrios de Polanco, Roma, Condesa y Tlalpan albergan restaurantes que ofrecen platillos internacionales de gran calidad. ¡Ven y saborea este desfile gastronómico!

Transcripción del vídeo.

¿Sabías que la gastronomía mexicana es patrimonio cultural de la humanidad? Y que hoy está en movimiento.

No hay otro país con tal diversidad de destinos únicos, donde cada experiencia extraordinaria es también un inolvidable evento culinario.

Tenemos todo tipo de cocina para volverte loco: tradicional, urbana y contemporánea, expresiones geniales en forma de comida.

Visita los mercados y puestos callejeros, también conoce el dinamismo de sus restaurantes, sé testigo de por qué los medios culinarios de todo el mundo, no dejan de hablar de México ahora.

Ven al norte o al sur, al este o al oeste y descubre incontables comidas regionales que te harán sentir como si estuvieras en varios países al mismo tiempo.

Bienvenido al paraíso de los foodies

Al entrar en una cocina mexicana encuentras un crisol de culturas, un laboratorio de experimentación sin límites y probarás por qué varios de los mejores chefs del mundo son mexicanos. Artistas multipremiados que usan ingredientes con inventiva y sofisticación.

Prueba nuestro maíz, frijol, calabaza, nopal, hongos, degusta nuestras aves, pescados e insectos; consiéntete con nuestra vainilla y chocolate; bebe nuestro vino, tequila, mezcal, cerveza y café. Y créeme tenemos mucho más.

Bienvenido a un festín de colores, texturas, aromas y sabores, que gozan más de 24 millones de visitantes cada año.

Prehispánica, colonial, moderna, progresiva pero siempre deliciosa.

La gastronomía mejicana te abre sus puertas. Alerta tus sentidos a todo lo que se está cocinando. Y mejor aún, visita México.

Abre tu apetito por la magia. Prueba, huele, ve, toca y enamórate para siempre.

Saborea Méjico, Méjico vívelo para creerlo.

Capítulo 8: Conclusiones finales

Como hemos visto en el capítulo primero del presente trabajo, el concepto de cultura es un término excesivamente amplio y en el que están englobados conceptos filosóficos, antropológicos, etnográficos y lingüísticos. En las definiciones se tienen en cuenta las formas de vida, las tradiciones, el arte, las creencias, la literatura, el sistema de valores, las conductas aprendidas, etc.

Los integrantes de una comunidad comparten creencias, normas de conducta y una visión del mundo. De ahí que sea importante que tanto investigadores, editoriales, docentes e instituciones se preocupen de la integración entre enseñanza y aprendizaje de los aspectos culturales en la enseñanza del español del turismo.

Delimitar el campo de los conceptos que engloba el término es muy complejo, aunque hemos visto que se refiere a aspectos como las condiciones de vida; las relaciones personales; la vida diaria; las instituciones, los valores y creencias, el lenguaje no verbal; las convenciones sociales, etc.

El enfoque comunicativo ha favorecido la integración de lengua y cultura pero hemos constatado que no ha ocurrido lo mismo en los materiales del ET, donde se tiene poco presente la cultura esencial y más la cultura legitimada. Asimismo, se presenta esta como un listado de temas que el alumno debe conocer.

Sería muy útil tener diseñado un repertorio de los temas culturales que los alumnos que se acercan al ámbito turístico deben adquirir en cada nivel, pero dada la vastedad del tema es imposible, por lo que será labor del docente elegir los contenidos según los intereses, las necesidades, las inquietudes, el nivel, etc. de los estudiantes. Para ello el *PCIC* es una herramienta muy útil.

Es importante desarrollar en los alumnos del ET que estarán en contacto con múltiples culturas una visión intercultural y pluricultural como se prevé en el *MCER*, de forma que se eviten conflictos y rechazos en los contactos con las diferentes culturas y lenguas.

Este trabajo ha intentado ofrecer una plantilla que permita el análisis para que tanto investigadores como docentes que se ocupen del ámbito del turismo puedan analizar los materiales presentes en el mercado y poder así sacar sus propias conclusiones sobre los tipos de textos de los que se dispone para la enseñanza del ET.

En el presente trabajo hemos analizado 15 materiales del ET, que representan la práctica totalidad de los textos publicados hasta el momento tanto en España como en Italia. El análisis nos ha llevado a las siguientes conclusiones que responden a las cuestiones que nos planteamos al inicio:

1. Los materiales analizados del español del turismo publicados desde 1994 hasta 2012 tanto en España como en Italia no permiten un buen desarrollo del componente cultural (sociocultural, sociolingüístico, intercultural y pluricultural) previsto en el *MCER*. Y esto se puede verificar tanto en la selección de temas que proponen los distintos materiales como en el concepto de cultura que subyace, ya que una buena parte de los contenidos corresponden a la denominada “cultura cultivada o legitimada”.
2. El análisis cuantitativo de los referentes culturales presentes en los materiales del ET constata que los aspectos ausentes o con poca representación son aquellos relacionados con las condiciones de vida, las relaciones personales, los valores creencias y actitudes y el lenguaje corporal.
3. Pocos materiales del español del ET promueven la enseñanza-aprendizaje de las competencias culturales a través de propuestas pedagógicas, sino que más bien constituyen un repertorio de textos informativos que el alumno debe leer.
4. No hemos hallado ningún material que examine el conocimiento sociocultural previo del alumno. Tampoco que se plantean qué tipo de destrezas necesitará el alumno para poder comunicarse de forma eficaz con hablantes nativos, y evitar así los malentendidos y los temidos estereotipos.
5. Tras el análisis de los contenidos específicos del turismo, se constata que los temas esenciales en un manual del turismo son los relacionados con los alojamientos, metas turísticas, transportes, restauración, turismo, agencias de viajes, reclamaciones y quejas, ámbito profesional y reuniones profesionales.
6. Para concluir hemos de añadir que la enseñanza-aprendizaje de una lengua de especialidad o con fines específicos como es el español del turismo debe basarse no solo en el aprendizaje de contenidos del sector siguiendo un enfoque comunicativo, sino que es necesario que las propuestas que se lleven al aula tengan en cuenta el desarrollo de las competencias culturales de forma que el alumno adquiera una mayor conciencia de la cultura meta y de la propia cultura,

amén de las otras que están presentes en el aula o con las que se encontrará en un futuro como profesional del sector. Además, también es necesario que se fomente en mayor medida el “saber hacer” y el “saber ser” del *MCER*, indispensables en el entorno laboral. Por todo ello, confiamos que tanto los profesores que imparten este tipo de cursos como los autores/editores de futuras publicaciones los tengan más presentes.

Otro instrumento informativo que hemos empleado en la presente investigación es la encuesta de opinión, realizada a dieciséis docentes, en buena parte españoles y algunos italianos, para conocer desde el punto de vista cualitativo sus creencias sobre la cultura y su aplicación práctica en la enseñanza del ET. El análisis ha arrojado los siguientes datos:

1. El 50% de los encuestados relaciona la cultura con lo que se denomina cultura esencial, frente al 21% que asocia el término a la cultura cultivada o legitimada. Pese a esto, el 50% declara que emplea a menudo contenidos culturales en la actividad diaria frente al 44% de contenidos socioculturales.
2. Los aspectos culturales y socioculturales se transmiten en la práctica diaria –el 58% de los encuestados– a través de explicaciones esporádicas (72%). A este propósito debemos resaltar que los aspectos culturales más referidos son la historia, la geografía y la literatura. En cambio, los contenidos socioculturales que resaltan son las tradiciones, las fiestas y el lenguaje no verbal.
3. Una buena parte de los contenidos culturales presentes en la clase del ET tienen una finalidad meramente informativa (35%).
4. Llama la atención la baja puntuación que han obtenido aspectos culturales típicos del turismo como son los alojamientos, las comidas, los transportes y los servicios.
5. La interculturalidad de los materiales es valorada positivamente por la mayoría de los encuestados.
6. La valoración que se le da a la cultura y sociocultura en los materiales del ET es bastante negativa; de hecho el 92 % considera que se dedica poco espacio. El 28% emplea libro de texto, el 21 % internet y otros soportes, como prensa y vídeo el 17%.

Por lo tanto, podemos concluir que es necesario ampliar los contenidos culturales presentes en los materiales actualmente en el mercado, sobre todo incorporando el ámbito de los países de Hispanoamérica que tienen una baja presencia en ellos. A la vez hay que promover una visión multicultural, fundamental en el profesional actual del turismo. Así también resulta necesario elaborar propuestas didácticas del ET en las que estén presentes enfoques más actuales con la ayuda de las nuevas tecnologías.

Para completar la investigación creemos fundamental la elaboración de una unidad didáctica (capítulo 7) que trate de paliar las carencias detectadas en los materiales analizados y proponer un modelo dirigido al español con fines específicos, concretamente al español del turismo en la que se desarrollen las competencias culturales (sociocultural, intercultural y pluricultural).

La propuesta “Con mucho gusto...” tiene como objetivo poner en práctica las conclusiones a las que hemos llegado en el presente trabajo, a la vez de proponer un modelo en el que la cultura tenga un papel central, dando la posibilidad a que los alumnos adquieran contenidos del ET de forma práctica, así como responsabilizándolos del propio proceso de aprendizaje. De ahí que presente las siguientes características:

- a) Está dirigida a alumnos de nivel C1 (dominio operativo eficaz), dada la ausencia de materiales del ET dirigidos a usuarios competentes.
- b) La propuesta didáctica está contextualizada en un tema central dentro del ámbito del turismo como es la gastronomía, a la vez que permite reflexionar sobre importantes aspectos socioculturales de la gastronomía desde una visión multicultural, en la que se tiene muy en cuenta el ámbito hispanoamericano (poco presente en los materiales del ET analizados).
- c) La tarea prevé la realización de un vídeo para promocionar la gastronomía de una región a elección del alumno. A final, se realizará un concurso en el que se elegirá el mejor.

En resumen, podemos concluir:

- a) La presente investigación ha detectado la necesidad de una mayor centralidad de la cultura dentro del español del turismo, por un lado, y, por otro, las carencias de los materiales del ET presentes en el mercado. Por lo que nos hemos

planteado proponer un modelo a seguir para desarrollar las competencias culturales en el aula en el ámbito del español del turismo.

- b) Se propone una unidad didáctica dirigida a usuarios competentes (C1, nivel operativo eficaz), del que existen hasta el momento pocas propuestas, basada en el enfoque por tareas, para favorecer la motivación de los alumnos y el aprendizaje de una forma práctica y real.

Para acabar queremos señalar que el presente trabajo recoge la teoría de lo cultural (sociocultural, intercultural y pluricultural), analiza su presencia en los materiales del ET y ofrece un modelo útil para el desarrollo de las competencias sociocultural, intercultural y pluricultural con la esperanza de que tanto docentes como autores de materiales del español del ET lo tengan en cuenta y fomente la elaboración de materiales del ET en los que el desarrollo de las competencias culturales tenga un papel central.



Capítulo 9: Bibliografía

- ABASTADO C. (1982), *Culture et médias, en Le Français dans le monde*, núm. 173. F
- AGDANLI A. (2013), *La dimensión intercultural de las actividades de los manuales de español de los negocios del nivel B2-C1 del MCER*, *Revista Internacional de Lenguas Extranjeras*, n.2 diciembre: 7-30.
- AGUIRRE BELTRÁN BLANCA (2004), “La enseñanza del español con fines profesionales”. En: Sánchez Lobato, Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p.1109-1147.
- ALSINA M.R. (1999), *La comunicación intercultural*, Barcelona, Anthropos Editorial.
- ALVAREZ F. (2005), “El español del turismo: propuesta de una tarea”, *redELE*, n.5
- ÁLVAREZ MURO ALEXANDRA (2007), “Cortesía y descortesía: Teoría y praxis de un sistema de significación, en *Estudios de Lingüística del Español*”, Vol. 25. (En: <http://elies.rediris.es/elies25/index.htm>).
- AUSTIN J. L. (1962), *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona, Paidós.
- BACHMAN L. (1995), “Habilidad lingüística comunicativa”. En: Llobera et al., *Competencia comunicativa: documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, Madrid, Edelsa, p. 105-129.
- BARALO M. (2013), “Analizar materiales desde una perspectiva psicolingüística: ¿Qué aprendemos y con qué?”, Madrid, XII Encuentro Práctico de Profesores ELE. Consultable en <http://www.encuentro-practico.com/pdf03/baralo.pdf>
- BARROS GARCÍA P., VAN ESCH K. (2006), *Diseños didácticos interculturales. La competencia intercultural en la enseñanza del español*, Cuadernos de trabajo, Granada, ed. Universidad de Granada.
- BAUMAN ZYGMUNT (2002), *La cultura como praxis*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

BERMEJO RUBIO I. (1999), “La cultura y la enseñanza de E/ELE: recursos en Internet para la elaboración de actividades”, Madrid, *Carabela* n.45: 137-144.

BERMUDEZ L. Y GONZÁLEZ L. (2011), “La competencia comunicativa: elemento clave en las organizaciones, Universidad del Zulia”, P.95-110, disponible en: <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/La%20competencia%20comunicativa,%20elemento%20clave%20en%20las%20organizaciones-2011.pdf>.

BERMÚDEZ L. Y GONZÁLEZ L. (2011), *La competencia comunicativa: elemento clave en las organizaciones*, *Quórum académico* vol.8, n.15.

BIMMEL P. Y RAMPILLON U. (2000), *Lerneautonomie und Lernstrategien*, Munich, Langenscheidt.

BIRAM M., ZÁRATE G. Y ZÁRATE M. (1995), “La competencia socio-cultural en el aprendizaje y la enseñanza de las lenguas extranjeras”, Red académica. Consultable en http://www.pedagogica.edu.co/storage/folios/articulos/folios09_12trad.pdf

BISQUERRA R. (2000), *Métodos de investigación educativa*, guía práctica, Barcelona, Grupo editorial Ceac.

BLANCO CANALES A: (2010), “Criterios para el análisis, la valoración y la elaboración de materiales didácticos de español como lengua extranjera/segunda lengua para niños y jóvenes”, *RESLA* 23: 71-91.

BRAVO BOSCH M. C. (1996), “Catálogo de necesidades que los europeos se aplican mutuamente, o cómo llegar al siglo XXI sin repetir los tópicos de los otros XX”, ASELE, Actas VII.

BRAVO D. Y BRIZ A. (eds) (2004), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel.

BRIZ A. (1998), *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*, Barcelona, Ariel.

BUENO GUSTAVO (2004), *El mito de la cultura*, Barcelona, Editorial Prensa Ibérica.

BUESO ISABEL Y VAZQUEZ RUTH (1999), “Propuestas prácticas para la enseñanza de la cultura en el aula de E/LE en los niveles inicial e intermedio: enfoque por tareas”, Madrid, *Carabela* n.45: 63-92.

CALVI, M.V. Y MAPELLI G. (2011), *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*, Bern, Peter Lang.

CALVI, M.V. (2000), *Il linguaggio spagnolo del turismo*, Viareggio-Lucca, Mauro Baroni. *El léxico del turismo*, en <http://www.ub.es/filhis/cuturele/turismo.html>

CALVI, M.V. (2006), *Lengua y comunicación en el español del turismo*, Cuadernos de lengua española, Arco libros.

CALVI, M.V. (2010), “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación”, *Ibérica*, 19, pág. 9-32.

CANALE M. (1995), “De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje”, en Llobera et al., *Competencia comunicativa: Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, Madrid, Edelsa, p. 63-83.

CARCEDO GONZÁLEZ A. (1996), “Cultura y patrones de comportamiento: su integración en la enseñanza de la lengua”, ASELE, Actas VII.

CENOZ IRAGUI J. (2005), “El concepto de competencia comunicativa”. En: Sánchez Lobato y Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p. 449-465.

CERROLAZA O. (1994), “La confluencia de diferentes culturas: cómo conocerlas e integrarlas en la clase”, en MIQUEL L. Y SANS N. (Eds) (1994), *Didáctica del Español como lengua extranjera*, Madrid, *Expolingua*, vol.3.

CONSEJO DE EUROPA (2001). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Instituto Cervantes - Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Anaya, 2002. En <http://www.cvc.cervantes.es/obref/marco/htm>.

CORONADO GONZÁLEZ M.L. (1999), “ La integración de lengua y cultura en los niveles avanzado y superior: reflexiones y actividades”, Madrid, *Carabela* n.45: 93-106.

CUCHE D. (1999), *La noción de cultura en las ciencias sociales*, Nueva visión, Buenos Aires.

DE CASTRO MERCEDES (1994), “Las connotaciones socioculturales en el proceso de adquisición del léxico, *Expolingua* vol. 3: 67-86.

DENIS M. Y MATAS PLA M. (1994), “Para una didáctica del componente cultural en clase de E/LE”, *Expolingua* vol.3:87-95.

DIETRICH SCHWANITZ (1999), *La cultura, todo lo que hay que saber*, Taurus, Madrid.

DÍEZ MARTINEZ J. (1997), “El diario como instrumento de investigación de los procesos de enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras”, ASELE; actas VIII.

DURANTI ALESSANDRO (2005), *Antropologia del linguaggio*, Roma, Melmeti Editore.

ELIONZO AZAGRA M. (2008), *La comparación cultural. Una propuesta para el desarrollo de destrezas interculturales en el aula de español LE/L2*, tesis de máster. Consultable en http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/Biblioteca/2009_BV_10/2009_BV_10_09Elizondo.pdf?documentId=0901e72b80e1fef0

ESCANDELL VIDAL M.V. (1996), *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel Lingüística.

ESTAIRE S. Y ZANON J.(2010), *El diseño de unidades didácticas mediante tareas en la clase de español, monográficos marcoELE*, n.11. Consultable en <http://marcoele.com/descargas/navas/21.zanon-estaire.pdf>.

ESTEVEZ DOS SANTOS COSTA A. L. (1996), “El espacio de la cultura en los libros de texto de español como lengua extranjera”, ASELE, actas VII. Consultable en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/07/07_0191.pdf

ESTEVEZ COTO M. (2009), *La interculturalidad y el entorno en las clases de E/LE y español como segunda lengua, marcoELE*, n.8.

EZEIZA RAMOS J. (2004), *Cuestionario para el análisis de materiales de enseñanza de ELE a la luz de los criterios propuestos en el MCER (2002)*, Madrid, Universidad Antonio Nebrija.

FERNÁNDEZ LÓPEZ M.C. (1991), “Lo tradicional en los manuales de español para extranjeros”, ASELE, Actas III.

FERNÁNDEZ LÓPEZ M.C. (2004), “Principios y criterios para el análisis de materiales didácticos”. En: Sánchez Lobato, Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p.715-734.

FERNÁNDEZ PÉREZ M. A., RUIZ GIMÉNEZ J.J., ÁLVAREZ DÍAZ J Y BRUZÓN MARTÍN C. (1996), “Integración de la lengua y cultura en los niveles intermedios de la enseñanza del español como lengua extranjera”, ASELE, Actas VII.

FERNÁNDEZ SANTÁS C. (2002), *La lengua, vehículo cultural multidisciplinar*, Ministerio de Educación.

FIRTH, J.R. (1975), *Papers in Linguistic: 1934-1951*. Oxford University Press, Londres

GARCÍA P. (1999), *El enfoque intercultural en la enseñanza de español a inmigrantes*, Madrid, Carabela n.45: 107-124.

GEERTZ C. (2005), *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gediza editorial.

GONZÁLEZ BLASCO (1996), “La cultura no ocupa lugar”, ASELE, Actas VII.

GONZÁLEZ BLASCO M. (1994), “Aprendizaje intercultural: Desarrollo de estrategias en el Aula”, *Expolingua* vol.: 109-127

GROTJAHN R. (1987), “On the methodological basis of intropective methods”, en C. Faerch y G. Kasper (eds): *Introspection in Second Language Research*, Clevedon, Inglaterra, Multilingua Matters.

GUILLÉN DÍAZ C. (2005), “Los contenidos culturales”. En: Sánchez Lobato y Santos Gallardo, (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p. 835-851.

GUILLEN DIAZ ET AL. (2005), “Los contenidos de cultura en la enseñanza del español como lengua extranjera: exploración de la publicidad en la prensa escrita”, p. 135-164. Consultable en: http://www.ugr.es/~portalin/articulos/PL_numero3/guillen.pdf

GUMPERZ J.J. (1981), *Lenguaje y cultura*, Barcelona, ed. Anagrama.

GUTIERREZ RIVERO A. (2002), “La relación lengua-cultura en un manual de español para filandeses”, ASELE, actas XII. Consultable en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/13/13_0404.pdf

HARRIS M. (1990), *Antropología cultural*, Madrid, Alianza editorial.

HARRIS M. (1996), *El desarrollo de la teoría antropológica. Historia de las teorías de la cultura*, Madrid, Siglo veintiuno editores.

HARRIS M. (2007), *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*, Barcelona, Crítica.

HOWATT, A.P.R. (1984), *A History of English Language Teaching*. Oxford University Press, Oxford.

HUELVA UNTERNBÄUMEN E. (20015), *Cultura y competencia sociocultural en la enseñanza del español como lengua extranjera*, ed. Secretaría General Técnica.

HUTCHINSON, T. Y WATERS, A. (1987), *English for Specific Purpose: a Learning-Centred Approach*, Cambridge, CUP.

HYMES D. H. (1995), “Acerca de la competencia comunicativa”. En: LLOBERA ET AL., *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*, Madrid, Edelsa, p. 27-47.

IGLESIAS CASAL I. (2000), “Diversidad cultural en el aula de E/LE: La interculturalidad como desafío y como provocación”. Consultable en <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/ele/intercul.html>

INFANTE A. (2005), “Aspectos culturales e interculturales relacionados con la gestión del espacio en la enseñanza del español lengua extranjera, redELE. Consultable en: http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/MateriaRedEle/Revista/2005_05/2005_redELE_5_09Infante.pdf?documentId=0901e72b80e0009b

KRAMSCH C. (1993), *Context and culture in Language Teaching*, Oxford University Press.

KRAMSCH C. (2001), *Language and Culture*, Oxford, OUP.

KUMARAVADIVELU B. (2014), La situación posmétodo: estrategias emergentes y confluyentes para la enseñanza de segundas lenguas y de lenguas extranjeras. Consultable en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/antologia_didactica/enfoque_comunicativo/kumaravadivelu01.htm

LADO R. (1957), “How to compare two cultures”, en VALDÉS J. (ED.) (1986), *Culture Bound. Bridging the Cultural Gap in Language Teaching*, Cambridge: Cambridge University Press.

LIDIA GÓMEZ NAVARRO (2006), “El componente cultural en los manuales de ELE (nivel A1 y A2) para estudiantes de lengua alemana”, Universidad de Barcelona.

LOBATO SÁNCHEZ J. (1999), “Lengua y cultura. La tradición cultural hispánica”, Madrid, *Carabela* n.45: 5-26.

LOZANO G. Y RUIZ CAMPILLO P. (2009), *Criterios para el diseño y la evaluación de materiales comunicativos*, *Expolingua* n. 9.

LUQUE DURÁN J. (2004), “Aspectos universales y particulares del léxico de las lenguas del mundo” en *Estudios de Lingüística del Español*. Vol. 21.

MARTÍN LERALTA S. (2008), “Orientaciones para la inclusión de las estrategias en el programa habitual de ELE”, *marcoELE*, n. 6

MARTÍN PERIS, (1998), “El profesor de lenguas extranjeras: Papel y funciones, Barcelona”, Graell. UPF.

MELERO ABADÍA P. (2000), *Métodos y enfoques en la enseñanza/aprendizaje del español como lengua extranjera*, Madrid, Edelsa.

MELONE E.L. (2000), “Cómo trabajar con textos. Análisis de materiales didácticos”, Sao Paolo, Actas del VIII Seminario de Dificultades Específicas de la Enseñanza del Español a Lusohablantes.

MÉNDEZ GARRIDO J. M. (2001), *Pautas y criterios para el análisis y evaluación de materiales curriculares, Agora digital 2*.

MIGUEL LOURDES (1999), “El choque intercultural: reflexiones y recursos para el trabajo en el aula, Madrid”, *Carabela* n. 45:27-46.

MIQUEL L. Y SANS N. (eds.) (1994), *Didáctica del Español como lengua extranjera, Madrid, Expolingua*, vol.3.

MIQUEL LÓPEZ L. (2004), “La subcompetencia sociocultural”, En: Sánchez Lobato, Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p. 511-531.

MIQUEL LOURDES (2004), “Lengua y cultura desde una perspectiva pragmática”, en redELE2 (www.mepsyd.es/redele/revista.shtml).

MIQUEL. Y SANS N. (1992), “El componente cultural: un ingrediente más en las clases de lengua”, en *Cable*, núm. 9, abril.

MORENO FERNÁNDEZ FRANCISCO (2004), “Aportaciones de la sociolingüística”. En: Sánchez Lobato, Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p.85-104

MORENO GARCÍA C. (2000), Conocerse para respetarse. Lengua y cultura, ¿elementos integradores? Consultable en <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/ele/moreno.html>

MORENO GARCÍA C. (2011), “La enseñanza de ELE y la creación de materiales”, *Cuadernos Comillas*, n.2.

MORENO GARCÍA C. Y TUTS MARTINA (2004), “La enseñanza del español del turismo”. En: Sánchez Lobato, Santos Gallardo (Eds.), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL, p.1185-1204.

MYRIAM DENIS Y MONSERRAT MATAS PLA (2009), *Para una didáctica del componente cultural en clase de E/LE*, marcoELE, n. 9.

OLIVERAS ÁNGELS (2000), *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera*, Madrid, Edinumen.

PALMER B. (2000), *Lingüística cultural*, Madrid, Alianza editorial.

PLAN CURRICULAR DEL INSTITUTO CERVANTES (2007), consultable en:http://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/default.htm.

PINILLA GÓMEZ, R. (2012), “El español del turismo”, en, *Teoría y práctica de la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos*, Robles Ávila S. y Sánchez Lobato J (coords.), Anacleto Malacitana, anejo LXXXIV

POYATOS FERNANDO (1994), *La comunicación no verbal*, Madrid, Ediciones Istmo.

PULIDO A. (2004), “Hacia un concepto de competencia comunicativa integral”, *Revista Forum*, vol. 35, n.4, p.29-31.

RICHARDS J.C. Y RODGERS T.S. (2014), *Approaches and Methods in Language Teaching*, Cambridge University Press.

ROBLES ÁVILA S. (2002), Lengua en la cultura y cultura en la lengua: La publicidad como herramienta didáctica en la clase de E/ELE, ASELE, actas XII.

ROBLES ÁVILA, S. Y SÁNCHEZ LOBATO J. (Coords.) (2012), *Teoría y práctica de la enseñanza-aprendizaje del español para fines específicos*, Anacleto Malacitana, anejo LXXXIV

RODRIGUEZ ABELLA R. M. (2004), “El componente cultural en algunos manuales de español para italianos”, Verona, Universidad de Verona.

ROMERO GUALDA M. V. (1996), *El español en los medios de comunicación*, Madrid, Arco libros.

ROMERO GUALDA M.V. (1999), “Una perspectiva emergente: ¿Contenidos culturales vertebradores de un curso de ELE?” ASELE, Actas X.

ROMÉU A. (2005), *El enfoque cognitivo, comunicativo y de orientación sociocultural. Dimensiones e indicadores de la competencia congitiva, comunicitavia, sociocultural*, La Habana, Colección Pedagogía 2005, E. Pueblo y educación.

RUIZ SAN EMETERIO M. E., “Contenidos culturales en los métodos de ELE en manuales de cultura y civilización española”, REdeE n. 1.

SÁNCHEZ LOBATO J., SANTOS GARGALLO I. (2004), *Vademécum para la formación de profesores*, Madrid, SGEL.

SÁNCHEZ PÉREZ A. (1992), *Historia de la enseñanza del español como lengua extranjera*, Madrid, SGEL.

SÁNCHEZ PÉREZ A. (2009), *La enseñanza de idiomas en los últimos cien años. Métodos y enfoques*, Madrid, SGEL.

SAPIR E. (1954), 1991, *El lenguaje: Introducción al estudio del habla*, México, FCE.

SEARLE JOHN (1980), *Actos de habla*, Madrid, Cátedra.

SEGUÍ V. Y VALLES V, “Análisis crítico de materiales impresos de ELE en un curso de español con fines específicos”, Universidad del Salvador. Consultable en <http://www.usal.edu.ar/archivos/pad/docs/seguivalles.pdf>

SOLER-ESPIAUBA D. (1996), Lengua y cultura españolas en el extranjero. ASELE, VII congreso internacional. Consultable en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/asele_vii.htm

TYLOR, KROEBER, MALINOWSKI, WHITE, GOODENOUGH, compilados y prologados por Kahn J.S. (1975), *El concepto de cultura: textos fundamentales*, Barcelona, Editorial Anagrama.

VAN EK (1988), *Objectives for foreign language learning*, Strasbourg, Council of Europe Press.

VÁZQUEZ FERNÁNDEZ R. Y BUESO FERNÁNDEZ I., “La cultura con <<minúscula>> propuestas de explotación de las cuatro destrezas integradas en un marco cultural”, ASELE, Actas VII

VÁZQUEZ LAURA (2007), “La vuelta a casa: ¿hogar dulce hogar? Problemas del Choque Cultural a la inversa” (Reverse Cultural Shock), *Frecuencia-L*, 33:49-53.

VILLANUEVA M. L. (2010), *Los estilos de aprendizaje ante los retos de la Europa multilingüe*, marcoELE, n.10.

WESSLING G. (1994), “Aprendizaje intercultural”, en MIGUEL L. y SANS N. (eds.) (1994), *Didáctica del Español como lengua extranjera*, Madrid, *Expolingua*, vol.3.

ZARATE G. (2002), *Las competencias interculturales: del modelo teórico al diseño curricular*, Madrid, Universidad Antonio Nebrija.



Capítulo 10: Anexos

Anexo 1

CUESTIONARIO SOBRE LOS ASPECTOS CULTURALES DE LOS MANUALES DEL ESPAÑOL DEL TURISMO DIRIGIDO A PROFESORES DE ELE CON FINES ESPECÍFICOS: TURISMO.

La finalidad de presente cuestionario es recoger información sobre la presencia y el tratamiento que se da a los temas culturales y socioculturales en los manuales de español con fines específicos: turismo.

Le agradeceríamos que dedicara unos minutos para responder a las siguientes preguntas. Le aseguramos la total confidencialidad de sus respuestas.

1. ¿Utiliza un manual para sus clases de español del turismo? En caso afirmativo indique cuál.

Sí

No

2. ¿De cuántas horas consta el curso que imparte?

3. ¿Cree necesario que los manuales del español del turismo traten temas y aspectos culturales?

Sí

No

Es mejor tratarlos por separado

4. ¿Qué entiende por cultura?

5. ¿Con qué frecuencia trata contenidos culturales en sus clases (geografía, arte, música, arquitectura, folclore, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

6. ¿Con qué frecuencia trata contenidos socioculturales en sus clases (creencias, tradiciones, comportamientos, etc.?)

- Siempre
- A menudo
- De vez en cuando
- Nunca

7. ¿Los materiales de español turístico que utiliza tienen en cuenta la interculturalidad?

- Sí
- No

8. ¿Cómo presenta los temas culturales y socioculturales?

- En clases dedicadas exclusivamente a ello
- Con explicaciones esporádicas relacionadas con los temas tratados en clase.
- Los temas tratados en clase tienen como base la cultura y la sociocultura.

9. ¿Cuándo introduce las explicaciones sobre aspectos culturales?

- Al principio de la clase
- A mitad
- Al final
- Cuando el tema lo requiere

10. ¿Cómo valora el espacio que dedican los manuales de español del turismo a los aspectos culturales y socioculturales?

- No aparecen aspectos culturales y socioculturales
- Se dedica poco espacio y se suele caer en estereotipos
- Son suficientes. Los temas tratados son los más importantes
- Se tratan gran variedad de temas y aspectos socioculturales

11. Indique los temas culturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

12. Indique los temas socioculturales que considere más importantes (al menos cinco de mayor a menor importancia)

13. ¿Qué instrumentos didácticos utiliza para transmitir contenidos culturales y socioculturales?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> El libro de texto | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Prensa | <input type="checkbox"/> Vídeo/dvd |
| <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Otros |

14. ¿Cuándo trabaja aspectos culturales/socioculturales qué finalidad persigue?

- Transmitir información sobre la cultura meta
- Que los alumnos entiendan la cultura meta para evitar malos entendidos lingüísticos
- Que conozcan la cultura meta con los ojos de un nativo
-

Otros _____

15. ¿Cuándo trata contenidos culturales y socioculturales cómo organiza el grupo clase?

- Un único grupo
- En parejas
- En pequeños grupos

Por último necesitamos información concreta del profesor encuestado para dar validez y fiabilidad a la investigación.

Sexo: hombre mujer

Edad:

Formación: Licenciado en Lengua y literatura
 Doctorado
 Otros _____

Nacionalidad:

Centro de trabajo:

Ciudad/país:

Si desea recibir información sobre la investigación, por favor, indique su dirección de correo electrónico: _____


GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

Ficha de análisis corpus de los materiales




Título	Nivel	Nº de páginas
Autor Fecha y lugar de publicación Editorial		
Descripción del material Língua Modalidad de escritura Soporte Texto diálogos gráficos Música	Contenidos del MQR Ciencias y técnicas, temas de actualidad, etc. Clases literarias Géneros y prácticas de trabajo Actividades de ocio	
Ámbito cultural Época Espacialidad	Las condiciones de vida Nuevas de vida (características regionales, sociales y culturales) Condiciones de vida Medidas y acciones de asistencia social	
Módulo formal Gramática Vocabulario Fonética Fonología Acentuación/Fonética Registros	Las relaciones personales (incluido relaciones de poder y solidaridad) Relaciones entre miembros Relaciones entre generaciones Relaciones en el ámbito de trabajo Relaciones con la autoridad, con la Administración. Relaciones de raza y comunidad Relaciones entre grupos políticos y religiosos	
Recursos de la comunicación Comprensión auditiva Comprensión lectora Expresión oral Expresión escrita Interacción oral Cultura de integración	Valores, creencias, actitudes respecto a la familia, la escuela, la sociedad Ideas sociales Ideas políticas Cultura regional Tradición y cambio social Ideas, actitudes y valores europeos Ideas (política, trabajo, etc.) Religión Pueblo	
Recursos del aprendizaje Reg. Objetivo Reg. Contenido Reg. Procedimental Autorización	El lenguaje corporal Gestos Acciones paralingüísticas	
Aprendizaje Individual Pares Pequeño grupo Clase entera	Interacciones sociales Intercambio Medios Espacios, lugares, contextos Convenciones y reglas del comportamiento y lenguaje Formación de la identidad Comportamiento social Características y prácticas religiosas Actitudes, actitudes y valores Comportamiento del público en tipos de situaciones y contextos Características, habilidades, habilidades, etc.	
	Contenidos del ET Agronomía de valores Transportes Artes y arquitectura Productos y servicios subterráneos Ambiente profesional Geografía, naturaleza y clima Organización política Historia Características de las COAs y lenguas Historia Economía e industria Matemáticas Turismo Innovación Alimentos Agropecuario y tecnologías Relaciones y calidad Formas de pago	
	Identificación cultural Interdisciplinaria Multicultural Intercultural	




Anexo 3: Material 1




UNIDAD
1
Alojamientos turísticos

TIPOS DE ALOJAMIENTO



Los alojamientos turísticos son empresas que facilitan de forma habitual alojamiento y profesiona, el servicio de habitación y la posibilidad de alimentación y otros servicios complementarios, en contraprestación de un precio.

De acuerdo con el tipo de empresa, categoría o calificación que han recibido y los servicios que ofrecen, se pueden clasificar:

1. Turismo de lujo: Gran turismo, Turismo de lujo, Turismo premium.

2. Turismo de calidad: Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad.

3. Turismo de calidad: Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad.

4. Turismo de calidad: Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad, Turismo de calidad.

Veremos algunos definiciones:

A. Establecimiento que cuenta la habitación en un edificio, o que puede alojarlos, al menos una vez al día, y dispone de un 10% de habitaciones individuales.

B. Establecimiento que cuenta con salas, salas de reuniones para su celebración, recepción y servicios de atención al cliente en la unidad de alojamiento.

C. Establecimiento que cuenta con salas, salas de reuniones para su celebración, recepción y servicios de atención al cliente en la unidad de alojamiento.

D. Establecimiento que cuenta con salas, salas de reuniones para su celebración, recepción y servicios de atención al cliente en la unidad de alojamiento.

1. Para leer y comprender.

a) Después de leer las distintas definiciones, decida a qué tipo de alojamiento corresponde cada una.

b) Responda verdadero o falso, dando una explicación:

1. Un albergue está situado en alta montaña.
2. Los paradores están situados en estaciones termales.
3. Los hoteles pueden ofrecer instalaciones.
4. Los refugios no están cerca de carreteras importantes.
5. Los hoteles ofrecen alojamiento con estancias limitadas a dos días.

	V	F
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

c) Explique las siguientes expresiones:

1. A elección del cliente.
2. Inmueble de importancia histórica.
3. Persección.
4. Cocina típica.
5. Estancia limitada.
6. Mantenimiento.

2. Para hablar.

a) Converse oralmente:

1. ¿Cómo se clasifican los establecimientos turísticos?
2. ¿En qué se diferencia un albergue de un motel?
3. ¿Quiénes son los clientes de los balnearios?
4. ¿Existe en la industria hotelera de su país establecimientos semejantes a los paradores españoles?
5. ¿En qué tipo o tipos de establecimiento le gustaría trabajar? Justifique su elección, utilizando:

porque, ya que, debido a que, a causa de, etc.

b) Por parejas pida a su compañero que le explique los símbolos (grupo, modalidad, categoría, especialización) y el equivalente en su país:

Grupo o modalidad:

H. Hotel R. Residencia M. Motel A. Albergue P. Pensión C. Casas de vacaciones

HOTEL: ●●●●● HOSTAL: ○○○○ PENSIÓN: = = CASAS DE VACACIONES: ●●●●

Especialización:
 Py: Playa - AM: Alta montaña - B: Balneario - T: Hotel situado solamente en temporada alta

c) En grupo: anote los tipos de establecimientos hoteleros que hay en su país para diseñar un esquema de clasificación, por categorías, tipo de empresa o especialización, y comente las similitudes o diferencias con los españoles.

3. Para practicar.

a) Complete las frases con las formas apropiadas de los verbos ser y estar.

1. El balneario _____ un establecimiento que cuenta con servicio médico.
2. Las residencias _____ destinadas a un determinado tipo de turistas.
3. ¿Dónde _____ la Hostería de El Estudiante? Creo que _____ en Alcalá.
4. Se dice que el camping _____ de origen egipcio.
5. ¿Cuanto tiempo puedes _____ en un albergue?
6. Los paradores _____ situados en lugares pintorescos.

b) Formule las preguntas correspondientes a las siguientes respuestas utilizando: dónde, quién, cómo, qué, cuáles.

1. Baja persección, decoración y cocina típica de la región.
2. Están situados en vías de comunicaciones importantes.
3. Son alojamientos de alta montaña.
4. Es un edificio independiente.
5. La persona que desea recibir tratamiento terapéutico.

c) Escriba sus propias definiciones de:

- apartamento, pensión, casa de huéspedes, camping, mesón.

- **Personal:** se encarga de la contratación del personal.
- **Recepción:** atiende al cliente, junto con los subdepartamentos de mostrador a dietas, reservas, manto corriente y caja.
- **Conserjería:** facilita información al cliente, lleva el control de las llaves y atiende la entrega y recogida de equipajes y vehículos.
- **Pisos:** se encarga de la limpieza general.
- **Cocina:** prepara los alimentos que van a ser consumidos por los clientes y por el personal del hotel.
- **Restaurante:** facilita la manutención de los clientes y personal del hotel.
- **Economato y bodega:** se encarga de la compra y almacenamiento de los artículos. Asimismo controla las existencias primas o artículos de reposición que requiere el hotel.
- **Mantenimiento:** se encarga de las reparaciones y del mantenimiento de las instalaciones del hotel.

1. Para leer y comprender.

a) Tome notas y complete el organigrama de un hotel. A continuación subraye las palabras que no conoce y trate de comprenderlas por el contexto.

b) Responda verdadero o falso:

- | | | |
|--|---|---|
| 1. Manto corriente depende del departamento de personal | V | F |
| 2. Economato y bodega dependen del restaurante | | |
| 3. La conserjería se encarga de las reservas y de las llaves | | |
| 4. Mantenimiento se encarga de la limpieza de las habitaciones | | |
| 5. Reservas corresponde a recepción | | |
| 6. Lavandería depende de pisos | | |

c) ¿De qué se encargan los siguientes departamentos?

- | | | |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Cocina. | es el departamento que se encarga de | a. manutención. |
| 2. Mantenimiento. | | b. limpieza. |
| 3. Conserjería. | | c. la contratación de los empleados. |
| 4. Recepción. | | d. reservas y facturación. |
| 5. Personal. | | e. preparar los alimentos. |
| 6. Restaurante. | | f. las reparaciones. |
| 7. Pisos. | | g. informar al cliente. |

2. Para hablar.

a) Describa oralmente el siguiente organigrama, relacionándolo con el de la presentación de la Organización de la Empresa Hotelera.



b) Por parejas: formulen preguntas sobre la organización y administración de una empresa hotelera, utilizando:

¿Qué es...? ¿Cómo está organizada...? ¿Quién es...? ¿De qué se encarga...? ¿Qué función cumple...? ¿Para qué...?

3. Para practicar.

a) Complete las siguientes frases con el correspondiente artículo indeterminado:

- _____ hotel es _____ empresa organizada por departamentos.
- Los hoteles entregan _____ facturas al cliente.
- El grill es _____ subdepartamento del restaurante.
- El restaurante del hotel tiene _____ responsabilidades muy concretas.
- La cocina de este hotel tiene _____ calidad muy superior a la del otro.

b) Termine estas frases:

- Mantenimiento es el departamento que _____
- El director es la persona que _____
- Caja es un subdepartamento cuya función es _____

- La contabilidad es un sistema que _____
- El director administrativo, cuya función es _____

c) Forme frases con los siguientes términos:

- | | | |
|--------------------|----------------|------------------|
| • función concreta | • mecanización | • contabilidad |
| • reputación | • motivación | • rendir cuentas |

d) Elija la opción correcta:

- La empresa está/ esta/ ésta organizada por departamentos.
- La estructura depende del/ de/ de grado de automatización.
- ¿Quié/ quié/ quién cumple la función de control?
- Prefero, ¿dónde/ adonde/ donde está el ascensor?
- El recepcionista del hotel, quien/ de quién/ cuyo nombre no recuerdo, es muy amable.

e) Indique si son positivos o negativos los siguientes calificativos para un hotel:

- | | | |
|----------------------------|---|---|
| • recientemente remodelado | + | - |
| • ruidoso | | |
| • céntrico | | |
| • desatendido | | |
| • servicio excelente | | |
| • óptimo | | |

4. Y para terminar.

a) Defina y diga si los siguientes términos corresponden a:

	Objeto	Persona	Lugar	Documento
Consejo				
Alojamiento				
Libro de reclamaciones				
Mostrador				
Equipo				
Factura				
Contable				
Inmueble				

b) Desarrolle por escrito la función que cumplen las cuentas principales, así como los libros y documentos, del Departamento de Administración y Contabilidad.

- | | |
|--|--|
| Cuentas | Libros |
| - Inmovilizado: edificios y equipamiento. | • Caja, Bancos, Proveedores, Personal, Sanciones, Seguridad Social, Comisiones, Inspección de Trabajo, Registro de viajeros, Reservas, Reclamaciones, Objetos olvidados. |
| - Almacén: compra de materias primas. | |
| - Servicios: cobros de los servicios. | |
| - Explotación: agrupa gastos y ventas. | |
| - Gastos generales: no corresponde a ningún departamento concreto. | |

c) En grupo: les han encargado un estudio de mercado con el fin de elegir el tipo de establecimiento y la localización más adecuada para un hotel. Para llevarlo a cabo, tendrán que tener en cuenta:

- La región y el tipo de flujo turístico que recibe:
 - tipo de oferta hotelera de la región.
 - demanda hotelera (vacaciones, negocios, congresos, etc.)
 - situación del mercado.
 - análisis de la competencia.
- La localización idónea.
- El tipo de producto que se va a ofrecer, en función de la clientela.
- El tipo de servicios que se puede ofrecer.
- El diseño del establecimiento.

C. COMERCIALIZACION HOTELERA

El departamento comercial tiene que dar respuesta a las siguientes cuestiones:



Es decir, el director comercial es el encargado de la comercialización y marketing del hotel, si bien informará sobre la marcha de su departamento al director general.

Para una buena comercialización, es necesario realizar previamente una investigación de mercado a fin de conocer las necesidades de los clientes potenciales y actuar en consecuencia para poder captar su atención. Clientela que se puede clasificar en tres apartados: empresas, particulares y agencias de viajes (individuales y grupos).

Después hay que actuar, desarrollando una buena publicidad, una cuidadosa promoción y unas excelentes relaciones públicas.

Mediante la publicidad se da a conocer el producto, mostrando unas características, a fin de convencer al cliente para que lo utilice. El objetivo de la promoción es dar a conocer el producto al público en general a través de los propios clientes, las agencias de viajes o el personal del establecimiento.

Para la captación de clientes de empresas, es necesario llevar a cabo contactos personales, con el fin de ofrecer los servicios del hotel, junto con las condiciones especiales en cuanto a precios y formas de pago.

Igual labor hay que realizar con las agencias de viajes, a las que no sólo se debe ofrecer buenos servicios, sino que se debe igualar o superar los incentivos de la competencia.

Por todo ello, el departamento comercial dispondrá de personal especializado para promocionar el hotel en las agencias de viajes y en empresas privadas y contará con representantes de Relaciones Públicas que cumplan con la misión de atender a los clientes y facilitarles todo aquello que precisen.

1. Para leer y comprender.

a) Tome notas para responder las preguntas del esquema de la presentación del Departamento Comercial: quién, qué, para qué, de quién, cómo.

b) Conteste a las siguientes preguntas:

1. ¿Quién es el responsable de la comercialización?
2. ¿Por qué hay que realizar un estudio de la clientela?
3. ¿Quiénes son los clientes potenciales de un hotel?
4. ¿Para qué sirve la publicidad? ¿Y la promoción?
5. ¿Qué hay que ofrecer a los distintos tipos de clientes?
6. ¿Por qué hay que tener personal especializado en Relaciones Públicas?

20

c) Explique con sus propias palabras qué es:

- dar respuesta a las siguientes cuestiones,
- informar sobre la marcha del departamento,
- actuar en consecuencia,
- condiciones especiales en cuanto a precios y formas de pago,
- superar los incentivos de la competencia,
- captación de clientes.

2. Para hablar.

a) Prepare una conversación telefónica entre el promotor de un hotel y el director de una empresa. El promotor desea concertar una entrevista con objeto de ofrecer los servicios del hotel para reuniones, banquetes, conferencias, etc., utilizando:

- saludos y presentaciones.
- objeto de la llamada.
- características del hotel.
- concertar entrevista.
- despedidas.

Características del hotel

Hotel Pinar, situado en el cosmopolita centro del comercio y las finanzas de la ciudad. Próximo a la sede de Organismos Oficiales, bancos, museos y grandes almacenes, ofrece a sus clientes la dimensión perfecta de un hotel con todo el confort.
180 habitaciones, todas con baño y ducha. Teléfono automático, TV color, minibar, música ambiental y aire acondicionado en todo el edificio. Enlace vía satélite a TV europea y americana.
Suites con terraza jardín.
Salones para convenciones (de 10 a 400 personas). Galería comercial. Restaurante de ambiente tropical. Cocktail bar.
Bulle. Multi hall.
Garaje.

b) Prepare y grabe la entrevista de oferta de servicios, utilizando:

- saludos y presentaciones,
- presentación de los servicios del hotel,
- solicitando/dando detalles de los mismos,
- condiciones especiales para empresas,
- oferta de contrato de colaboración (precios especiales, formas de pago, etc.),
- aceptación/ no,
- en caso de aceptación, solicitar detalles sobre el responsable de las reservas de la empresa o agencia colaboradora,
- despedida.

21

c) Por parejas prepare la conversación entre un cliente que solicita el libro de reclamaciones y una persona del departamento de relaciones públicas, utilizando:

- saludos y presentaciones,
- preguntar con amabilidad la causa de la reclamación,
- el cliente justifica su reclamación,
- pedir disculpas y ofrecer una solución,
- el cliente acepta/ no,
- despedida.

3. Para practicar.

a) Escriba sus razones para los siguientes comentarios, utilizando: debido a, ya que, porque, etc.

1. Tenemos que contratar a dos personas para el departamento de relaciones públicas.
2. Debes telefonar a tu cliente.
3. Hay que llamar a la agencia de viajes Verano.
4. No me gusta el folleto nuevo.
5. Está descendiendo el volumen de reservas.
6. La reunión con los promotores tiene que celebrarse hoy.

b) Lee el siguiente texto y ponga los signos de puntuación, las mayúsculas y los acentos:

"Las técnicas de las relaciones públicas se basan en el aprovechamiento de las sugerencias deseadas y reclamaciones del público por una parte y por otra en la organización del despliegue de una serie de actos que faciliten el contacto humano: reuniones de todo tipo coloquios cartas personales almuerzos visitas inauguraciones congresos conferencias conversaciones telefónicas y envío de material con frecuencia aparecen publicaciones periódicas para entrar en contacto con los organizadores de viajes de cualquier país extranjero".

c) Reflexiona y redacta una disculpa breve para cada uno de los siguientes quejas y reclamaciones:

1. El ascensor se ha parado entre dos pisos y un cliente ha sufrido un ataque de nervios.
2. Ha habido un error en la reserva y no hay habitaciones para un grupo de quince personas.

22

3. Uno de los mejores clientes (del hotel) quiere reservar una habitación doble y el hotel está completo en la fecha solicitada.
4. En los folletos de propaganda se ofrecía piscina climatizada y este mes está en reparación.
5. Hay overbooking y no se puede atender a todos los grupos que llegan.

d) Redacte una carta ofreciendo los servicios generales de su hotel, y de manera especial, el Servicio para Ejecutivo, según el folleto adjunto.

SERVICIO PARA EXECUTIVO

Asesoramos a los ejecutivos de las empresas de la zona de Málaga, ofreciendo el mejor servicio. Contamos con personal especializado en el área de relaciones públicas de empresas para atender a sus necesidades. Reservas y atención de los servicios de su departamento.

Servicio de Reclamaciones:

- Reclamaciones de clientes
- Reclamaciones de proveedores
- Reclamaciones de empleados
- Reclamaciones de socios
- Reclamaciones de otros

Servicio Ejecutivo:

- Servicio ejecutivo a la organización de empresas
- Pagos rápidos
- Asesoramiento de clientes, según sus necesidades
- Preparación de viajes de negocios
- Gestión de reservas de hoteles
- Asesoramiento de precios y descuentos
- Asesoramiento legal
- Asesoramiento de seguros
- Asesoramiento de transporte

Servicio de Reservas:

- Reservas de habitaciones
- Reservas de salas
- Reservas de restaurantes
- Reservas de transporte
- Reservas de otros servicios

Consulte nuestro libro de prensa y llame por favor a la Res. 0010

Estimado señor:
Como continuación de nuestra conversación telefónica, lemento leer que comunicarle que, por nuestra parte, queda resuelto el contrato de colaboración que nuestra empresa había suscrito con su hotel, debido a las continuas quejas de nuestros clientes acerca de los servicios que recibían.
Le saludó atentamente,
Alfonso Hernández
Departamento de reservas.

e) Después de traducir este correo a su idioma, escriba la conversación en español.

23



4. Y para terminar...

a) Proyecto Hotel 2007. Se divide la clase en tres grupos: uno se responsabiliza de la campaña de publicidad, otro de la promoción y el tercero de las relaciones públicas del Hotel 2007, que se va a inaugurar próximamente en tu ciudad.

Es un hotel de cuatro estrellas, orientado a hombres de negocios y grupos de turistas. Tiene 400 habitaciones y, además de los servicios comunes, cuenta con dos salas de convenciones, sala de fiestas, bingó, sauna y gimnasio, peluquería, salón de belleza, tienda, garaje y mixólof.

b) Localice en la ilustración algunos de los artículos de promoción y de acogida al cliente.

1. Explique su utilización.
2. Indique los lugares adecuados para situarlos en el hotel.
3. Anote otros artículos de promoción.

- tarjetas
- estuche con cigarrillos
- sobres
- papel de cartas y sobres
- bolígrafos
- goma, peine y cepillo
- pasta de dientes
- jabón y gel de baño
- maquinilla de afeitarse
- afeitadora
- estuche con hilo
- material para limpiar el calzador
- calzador



c) Por parejas, uno de ustedes ha comenzado a trabajar en el Servicio de Banquetes.

1. Fíjate a su compañero que le explique el plano del salón, medidas, capacidad según clase de servicio, tipos de montajes, etc.
2. A continuación, si compañero le explicará cómo debe rellenar el formulario de Encargo de Servicio.

Salón Embajadas

Área: 25,42 m² x 8,34 m = 211,60 m²
 Capacidad: 100 personas
 Capacidad por m²: 0,47 personas/m²
 Altura: 2,70 m

Local: PC, Bar
 Montaje: 100 personas
 Precio: 100 €
 Observación: Montaje 100 personas
 Precio por m²: 100 €
 Área: 25,42 m² x 8,34 m = 211,60 m²

Capacidad: 100 personas
 Capacidad por m²: 0,47 personas/m²

Capacidad: 100 personas
 Capacidad por m²: 0,47 personas/m²

Eurobuilding Hotel
 MADRID

ENCARGO DE SERVICIO

Cliente D. _____ Teléfono _____
 Dirección _____ Teléfono _____
 Encargado por _____ Dirección _____
 Servicio de _____ Menú n.º _____
 Fecha _____ Hora comienzo _____ Finalización _____
 Sáboreo _____ Máximo _____
 Precio por persona _____ N.º invitados _____
 Montaje _____ Plazas _____
 Impresión menús _____ Servicios complementarios _____
 Observaciones _____
 Depósito _____ Forma de pago _____
 _____ de _____ 1999
 Confirma el cliente _____



Anexo 4: Material 2

EN LA RECEPCIÓN

10 Escucha y, a continuación, completa el diálogo siguiente.

- Hola, buenos días.
- ¡Hola!, ¿tiene habitaciones libres?
- Sí, señor, aquí desea?
- Sí, por favor, dos adultos y un niño.
- Una doble con cama extra, entonces.
- ¿Cuánto tiempo permaneció?
- En recepción, dos noches.
- ¿Desearía tomar las comodidades en el hotel?
- Sí, pero sólo el desayuno y la cena.
- Bien, en media pensión, entonces.
- ¿Quieres refinarse un poco, por favor?
- Aquí está su libre.
- Habitación 309.
- Ahora mismo les ayudamos el equipaje.
- De acuerdo, gracias.
- A su servicio, señor.

Diálogo:

— ¿Qué _____?

— ¿Quiero una habitación individual.

— ¿Cuántos _____?

— Sólo dos noches, creo.

— ¿Desea _____?

— Sólo el desayuno.

— ¿Muy bien, aquí _____?

— Gracias.

1 b)

Rellena esta ficha de hotel.



Observa que los edificios de los tipos de habitaciones y equipajes son similares.

- 7000 = habitación doble (sin baño)
- 3000 = habitación individual
- 800 = con desayuno
- 400 = medio desayuno
- 200 = desayuno completo

Hotel Sorrequisimada

Nombre: _____
Apellidos: _____
Sexo: _____
Nacionalidad: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
País: _____
E.S.I. / Pasaporte: _____

Tipos de habitación: 7000 3000 800 400 200

Equipaje: 7000 3000 800 400 200

Suplemento: 7000 3000 800 400 200

11 a)

Escucha y di si es verdadero o falso.

V	<input type="checkbox"/> La señora Vila no ha reservado. <input type="checkbox"/> El hotel no tiene su reserva. <input type="checkbox"/> La señora Vila no tiene divisas. <input type="checkbox"/> La señora Vila se queda una semana. <input type="checkbox"/> La señora Vila necesita una caja fuerte.	F
---	--	---

11 b)

Imaginate en el papel de recepcionista e intenta dar una respuesta a cada uno de tus clientes. La lista de divisas que te damos a continuación te ayudará.



MERCADO DE DIVISAS			Cambio por euro	
Divisa	Compra	Venta		
1 Dólar	125,74	125,79	730 dólares	
1 Yen	162,709	162,802	4.000 yenes	
1 Lira italiana	14,903	15,011	525 liras	
1 Libra esterlina	20,38	20,41	400 libras	
1 Coroa danesa	11,708	11,811	1.000.000 de coroas	
1 Franco francés	24,862	24,970	720 francos	
100 pesetas japonesas	111,420	111,502	720 pesetas	
100 lire italianas	4,470	4,473	3.045 liras	

11 c)

¿Cuántas de estas billetes y cuantas de estas monedas debes darle a cada uno de tus clientes, para cambiar las divisas que te dan?

Ejemplo: 2.000 francos belgas = 7.891 pts. = 1 billete de 5.000 pts.
1 billete de 2.000 (o 2 de 1.000) / 1 moneda de 500 pts. / 2 monedas de 100 pts. / 1 moneda de 50 pts. / 1 moneda de 20 pts. / 4 monedas de 5 pts.

- 500 DÓLARES
- 300 YENES
- 100 MARCOS ALEMANES
- 100.000 LIRAS
- 10.000 ESCUDOS
- 400 CROANAS SUECAS



11 d)

Eres recepcionista: habla con tu compañero/a:

- Hola, he reservado una habitación.
- ¿Cuánto cuesta?
- Prefiero con vista al mar.
- ¿Hay alguna otra habitación?
- Gracias, no es necesario. Sólo llevo un billete de mano.
- Gracias.

111 a)

Escucha y di si es verdadero o falso:

V	<input type="checkbox"/> El hotel no tiene habitaciones libres. <input type="checkbox"/> La habitación está en la planta baja. <input type="checkbox"/> La habitación no tiene terraza. <input type="checkbox"/> El apartamento está delante del hotel. <input type="checkbox"/> La habitación es cara, el cliente no la quiere.	F
---	--	---

- ¡Qué buena día! ¿Qué hora es?
- ¡Sí, señor, así que puede ayudar!
- ¿Quiero una habitación muy tranquila, por favor, por favor?
- Un momento, por favor. ¿Cuánto dinero?
- Dos personas. ¿Puede ser con vista a la montaña?
- ... Una división... lo siento, sólo me queda una habitación que da a las montañas, pero es muy tranquila y agradable. ¿Desea verlo, señor?
- Sí, por favor.
- Anticipadamente, es la 136, se el primer piso... Por favor, por favor. Aquí tiene el número de habitación. ¿Cualquier otra información y siga por favor la señora!
- Es muy agradable. ¿Cuánto vale?
- En persona, son unos 20.000 pesetas, más o menos, con el desayuno.
- ¿Disculpe? No le he entendido. ¿Alguno más por los señores?
- No se preocupe, señor, ahora le voy a mostrar el apartamento. Si le gusta, puede dejar su nombre en el departamento administrativo, es más seguro. Cuando estén disponibles, alguien le avisará por teléfono, ¿está bien?
- He supuesto. Ahora le voy a mostrar algo y pasamos por recepción. Gracias.

Observa:

En el turismo se manejan nombres y palabras de todos los idiomas. Para deletrear se usan las siguientes palabras:

A América	K Kilo	S Salsipueda
B Barcelona	L Lira	T Tenedor
C Cataluña	M Madrid	U Uña
CH Chantre	N Navarra	V Vainilla
D Dinamarca	R Río	W Una uña
E España	O Onda	X Xquis
F Francia	P Pájaros	Y Yunque
G Ginebra	Q Quince	Z Zapatos
H Huesos	R Roma	
I Isla		

Anexo 5: Material 3

1

Agencias de viajes

Las agencias de viajes son empresas turísticas que sirven de mediadoras entre el turista y una serie de servicios, como por ejemplo: reserva de alojamientos en establecimientos hoteleros, venta de billetes y reservas de plazas en los distintos medios de transporte. Tour operadores (*tour operators*) y mayoristas se ocupan de la organización y venta de viajes combinados o paquetes a precios reducidos; entre las principales empresas de este tipo en España, se destacan Viajes Marsans, la primera agencia de viajes que se fundó en Barcelona (1910), Viajes El Corte Inglés y Halcón Viajes, una de las más recientes y competitivas.

Las agencias pueden también proporcionar información turística y ofrecer, entre otros servicios: recepción y traslado de los clientes, cambio de divisas, alquiler de vehículos, reserva de entradas para diferentes espectáculos, estipulación de pólizas de seguro etc. Las oficinas de turismo, en cambio, son organismos oficiales destinados sobre todo a facilitar información turística y cultural a los viajeros.

textos

Reserva ya tus vacaciones de verano



Si haces tu reserva
2 meses antes
de la fecha de salida te hacemos un

7%
de descuento

Reserva ya tus vacaciones de verano en Viajes El Corte Inglés. Conseguirás el mejor precio en nuestros programas vacacionales propios. Con la calidad y garantía de la primera agencia de viajes del país. Para que este verano tus vacaciones empiecen y acaben con una sonrisa.

Sin gastos de amolación,
hasta 21 días antes del comienzo de tu viaje,
excepto en el programa Cruceros.

Pago aplazado* en 8 meses sin intereses,
con la Tarjeta de Compra de El Corte Inglés.

Infórmate en el 902 304 020

VIAJES
El Corte Inglés

Una Sonrisa de Ida y Vuelta

Reservación online para reservas efectuadas 67 días antes de la fecha de salida, entre otros hasta el 21 de agosto de 2009. Reservación en un momento, en aplicación y programas especiales. Alimento de un presupuesto de vacaciones por esta promoción en el Corte Inglés. *Quota de financiación por Viajes con El Corte Inglés, S.A. Oficina de financiación: 902 304 020

VOCABULARIO

En el lenguaje turístico se utilizan muchos anglicismos de difusión internacional (*car ferry, charter, camping, caravanning, catering, drop off, jet lag, stand by*); algunos de ellos tienen también un equivalente en castellano.

check in facturación de equipaje, mostrador de facturación

duty free shop tienda libre de impuestos

flagger pasarela telescópica

open billete abierto

overbooking sobrerreserva (de plazas)

pre-paid prepagado

time-sharing tiempo compartido, multipropiedad

tour operator tour operador, operador turístico

transfer traslado

travellers' cheque cheque de viajero

voucher bono de viaje, bono de hotel

4



RECURSOS COMUNICATIVOS

- *Buenas tardes.*
- *Hola, queríamos información sobre viajes de fin de semana a Lisboa.*
- *¿Para cuándo?*
- *Para finales de septiembre.*
- *Tenemos varios paquetes que incluyen viaje en avión y alojamiento en hoteles de cuatro estrellas; ¿quieren ver los folletos? Se los pueden llevar y mirar con calma.*
- *Muchas gracias, mañana les enviamos un fax.*

Santander, 15 de septiembre de 1999

Queremos reservar un viaje para dos personas a Lisboa con salida de Barcelona el día 30 de septiembre y regreso el 3 de octubre; alojamiento en el hotel Lisboa Plaza.

En espera de su confirmación, les saludamos atentamente.

Felisa y Jorge Martínez

Viajes virtuales

Una de las mejores maneras de planear las vacaciones es navegar por Internet. La gran cantidad de información disponible en el ciberespacio, y la abundancia de ofertas especiales, han convertido la red en la mayor agencia de viajes del mundo. Por ejemplo, pueden ser útiles las siguientes direcciones:

► www.amadeus.net

El sistema de reservas de vuelos más utilizado por las agencias de viajes.

► www.red2000.com

Las páginas amarillas del turismo español en la red; se encuentra información sobre los lugares más turísticos de España y un listado completo de hoteles.

► www.tourspain.es

Información turística de España y países latinoamericanos.



ejercicio 1

Lee los siguientes nombres geográficos y de lugares turísticos.

Aeropuerto de Barajas • Costa de Marfil • Canal de Panamá • Cabo de Hornos • Peñón de Gibraltar • Convento de los Jerónimos • Pirámides de Egipto • Rías gallegas • Fiordos noruegos • Trópico de Cáncer • Canal de la Mancha • Golfo de Vizcaya • Bahía Cochinos • Antillas holandesas • Golfo de México • Baja California • Cabo Cañaveral • Oriente Medio • Alto Adigio • Cartagena de Indias • Aviñón

ejercicio 2

Completa con la letra apropiada (c, z, q, s, j, g).

Suí ____ a • te ____ uila • alo ____ amento • Sue ____ ia • Ar ____ elia • Tur ____ ufa •
 Bél ____ ica • al ____ uiler • Gali ____ ia • cru ____ ero • tar ____ eta • ____ alidad • agen ____ ia •
 vene ____ olano • Velá ____ que ____ • vía ____ ero • ex ____ epto • Eslova ____ uia •
 des ____ uento • Andalu ____ ía • Bru ____ elas • Croa ____ ia • i ____ quierda • Valen ____ ia •
 E ____ uador • Valparaí ____ o • ofre ____ er • Zan ____ íbar • ____ amaica • apla ____ ar •
 Tán ____ er • Abru ____ os • fun ____ ionario • La ____ io • Nueva ____ elanda

ejercicio 3

Lee las frases siguientes.

1. Los tour operadores se ocupan de la organización de los viajes. 2. Las agencias ofrecen varios servicios. 3. Las oficinas de turismo facilitan información turística. 4. El pago se efectúa con antelación. 5. Estas reservas no se anulan. 6. Visita las termas de Boario. 7. ¿Por qué no estipula una póliza multirriesgo? 8. Cuando se viaja, se practican las lenguas. 9. El Ayuntamiento colabora en el proyecto de turismo para la tercera edad. 10. Yo también participo en la colecta para los damnificados del terremoto.

ejercicio 4

Coloca el acento gráfico cuando necesario.

1. El patio de Samuel de los Santos es uno de los mas bonitos de Cordoba. 2. El Jardín Botánico esta cerca del museo del Prado. 3. Pessoa era un escritor portugues. 4. El pintor Salvador Dalí murio en Cadaques. 5. ¿Tienen folletos sobre los cruceros por el Mediterraneo? 6. Organizamos excursiones para papas con niños. 7. Nuestros vecinos, los Gonzalez, se van de vacaciones a Berlín. 8. En Sicilia tambien hay monumentos arabes. 9. ¿Tiene un mapa detallado de la península ibérica? 10. En Malaga se cultiva la caña de azucar.

ejercicio 5

Completa con las palabras que faltan.

Si haces tu _____ dos meses antes _____ la fecha de _____ te hacemos un

7% de Reserva ya tus vacaciones verano Viajes El Corte Inglés. Conseguirás el mejor en nuestros programas propios. Con la calidad y de la primera de del país. Para que este tus empiecen y acaben una sonrisa. Una sonrisa de y

ejercicio 6

Completa con el presente de los verbos entre paréntesis.

- ¿Cuándo (*hacer*) tu reserva para Tierra Santa?
- También (*ser*) posible hacer reservas *on-line*.
- Mañana le (*yo - dar*) los horarios de trenes.
- ¿(*Vosotros - vender*) paquetes turísticos para Centroamérica?
- Como (*ser*) alta temporada, (*estar*) todo completo.
- ¿(*Ustedes - tener*) las nuevas tarifas de los vuelos para Inglaterra?
- (*Yo - tener*) reservado un pasaje de ida y vuelta para Túnez.
- No se preocupe, en seguida le (*yo - poner*) un fax.
- No (*nosotros - haber*) ido nunca a Portugal.
- Si lo desea, le (*yo - dar*) una habitación con vista a la playa.

ejercicio 7

Cambia al plural.

- la conversación telefónica
- el tour operador
- el viaje organizado
- el programa vacacional
- la información turística
- el billete aéreo
- el país oriental
- la oferta interesante
- la tarjeta postal
- el avión israelí
- el arte primitivo
- la isla tropical
- el club inglés
- la habitación individual
- la crisis internacional
- el área protegida
- el origen prehistórico
- el guía locuaz
- la tarifa promocional
- el material audiovisual

ejercicio 8

Cambia al femenino.

- un turista japonés
- un ejecutivo austriaco
- un animador turístico
- el guía acompañante
- el jefe de departamento
- el patinador moscovita
- el camarero marroquí
- un peluquero francés
- un inmigrado kosovar
- un gitano andaluz
- un trabajador extracomunitario
- el torero cordobés
- el hombre indígena
- un príncipe árabe
- el hijo mayor

ejercicio 9

Completa con las palabras que faltan.

- Las agencias de viajes hacen reservas de en hoteleros.
- Todos los bancos ofrecen cambio de 3. No tenemos de coches.
- La cuota no incluye la de seguro.
- Puede comprar tabaco en la tienda libre de 6. ¿Puede cambiar de viajero en dólares?
- Estos señores

traen un _____ de hotel. 8. ¿Dónde está el _____ de facturación de Avianca?
9. Está incluido el _____ al hotel. 10. En nuestros _____ encontrará toda la
información sobre nuestros paquetes turísticos.

ejercicio 10

Indica los sustantivos relativos a los verbos de la lista.

alojar	_____	informar	_____
alquilar	_____	ir	_____
anular	_____	pagar	_____
cambiar	_____	regresar	_____
comenzar	_____	reservar	_____
comprar	_____	salir	_____
confirmar	_____	saludar	_____
entrar	_____	trasladar	_____
enviar	_____	vender	_____
facturar	_____	volver	_____

ejercicio 11

Completa con las palabras de la lista.

turista • clase • desayuno • incluye • hasta • pesetas
compartimiento • desde • baratas • Destinos • habitación

EUROPA SOBRE RAÍLES

Una de las fórmulas más _____ Ideal para los más jóvenes. Moverse por Europa con
paquetes de tren más hotel. ¿ _____ ? Portugal, Francia, Italia y Suiza. El paquete
básico _____ ida y vuelta en un tren-hotel Talgo en compartimiento individual, doble o
_____ (de cuatro personas), en clase normal (aseo y lavabo) o gran clase (además,
ducha), y una noche en _____ doble con _____ en uno de los hoteles pro-
puestos. Se pueden sumar tantas noches de alojamiento extra como se deseen. Viajar, por
ejemplo, a Lisboa desde Madrid cuesta _____ veinte mil quinientas pesetas en
_____ turista normal y hotel de tres estrellas, _____ cincuenta y ocho mil
doscientas veinte en un _____ individual de gran clase y un hotel de cinco estrellas.
La noche en habitación doble oscila, dependiendo del hotel, entre las cinco mil y las veintidós
mil _____

(El viajero, supl. de El País, 30/5/1999)

ejercicio 12

Traduce al italiano.

PROFESIONALES DEL OCIO AJENO

Los puestos de trabajo en el sector turístico crecen cada vez más.

La notable expansión nacional e internacional de las actividades turísticas, especialmente en los campos hotelero y de agencias de viajes, exige la contratación de nuevos profesionales con formación específica. La carrera de turismo (hoy diplomatura universitaria), la formación profesional específica y determinados cursos facilitan el acceso a los numerosos puestos de trabajo que se están creando en el sector. Para dedicarse a esta actividad profesional y estudiar, por ejemplo, la diplomatura en turismo se necesita tener «interés por las culturas y las actividades recreativas, ser buen comunicador, tener don de gentes y capacidad para las relaciones personales, facilidad para los idiomas, dotes comerciales y carácter extrovertido y sociable», afirma el director de la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Alcalá de Henares.

(El País Negocios, 11/7/1999)

ejercicio 13

Traduce al español.

1. Le agenzie di viaggi offrono molti servizi. **2.** Prenota il biglietto di andata e ritorno. **3.** Il pacchetto comprende il viaggio aereo e il pernottamento in un hotel a tre stelle. **4.** Vogliamo prenotare un volo per Madrid con partenza da Milano Malpensa il giorno 4 febbraio. **5.** Se prenota un mese prima della partenza, le pratichiamo uno sconto del 5%. **6.** Domani ti spedisco un fax con le nuove tariffe. **7.** Dove posso cambiare valuta straniera? **8.** La quota comprende le assicurazioni ma non il trasferimento in albergo. **9.** Confermo la prenotazione di due biglietti per il teatro. **10.** Abbiamo noleggiato una macchina per il fine settimana.

ejercicio 14

Trabaja con tus compañeros por parejas inventando algunos diálogos según las instrucciones.

- Una pareja entra en una agencia de viajes para reservar el viaje de boda.
- La secretaria de un ejecutivo llama por teléfono a una agencia para reservar un vuelo a París.
- Una mujer anula una reserva para una viaje organizado; el empleado le dice que no le pueden devolver todo el dinero.
- Dos chicas se informan sobre los viajes por Europa en tren.
- Un señor quiere alquilar un coche.

ejercicio 15

Elige uno de los siguientes trabajos.

- Prepara una lista de las agencias de viajes más conocidas de tu país.
- Busca otros anglicismos empleados en el ámbito del turismo y sus definiciones.

Anexo 6: Material 4



En esta unidad aprenderás a:



- Saludar y despedirse.
- Utilizar el vocabulario y las estructuras necesarias para el embarque y el vuelo.
- Solicitar y dar información sobre el aeropuerto.

Comenzamos

Describe la foto

¿Quién es?

¿De dónde viene?

¿A dónde va?

1 Escucha el diálogo:



- Buenos días, señor.
- Buenos días.
- A ver... éste es mi billete.
- Vuelo IB746, Frankfurt-Madrid.
- Sí, eso es.
- ¿Son dos personas?
- No, sólo yo.
- Muy bien. Su pasaporte, por favor.
- Aquí tiene.
- Muchas gracias.
- ¿Prefiere usted ventana o pasillo?
- Ventana, por favor.
- Sí señor.
- ¿Tiene usted equipaje?
- Sí, dos maletas.
- Ésta es su tarjeta de embarque.
- Su asiento es el 2A.
- El embarque es a las 10:30 por la puerta D24.
- Muchas gracias.
- A usted. Buen viaje.
- Gracias.



ocho

8

En el aeropuerto

u n i d a d

2 Elige la respuesta correcta.



a) ¿A dónde va este hombre?

- A Paris.
- A Londres.
- A Frankfurt.

b) ¿Dónde se sienta?

- En la ventana.
- En el pasillo.
- En el medio.

c) ¿A qué hora es el embarque?

- A la 1.
- A las 10:30.
- A las 5.

¡Te toca!

Lee el diálogo con tu compañero. Después, representa con él o ella la situación sin leer el texto.

nueve

9

A La vida misma

3 Ésta es la tarjeta de embarque del pasajero. Lee con atención la información sobre el vuelo.



Léxico

Me gusta el avión porque es + *comodo* + *rapido* + *seguro*

No me gusta el avión porque es + *incomodo* + *caro* + *aburrido*

- a Compañía aérea
- b Nombre del pasajero
- c Número de vuelo
- d Clase
- e Fecha
- f Número de asiento
- g Hora de embarque
- h Puerta de embarque

4 Haz una tarjeta similar en tu cuaderno con la siguiente información.

Nombre y apellido
 Línea aérea
 Hora de salida
 Puerta de embarque
 Clase
 Fecha
 Número de vuelo



- Tu nombre y apellido
- Alitalia
- Las 5:25
- F11
- Y(turista)
- 04.02.2005
- AL584

5 Comenta:

- ¿Te gusta el avión como medio de transporte? ¿Por qué?
- ¿Qué sitio prefieres en un avión?
- ¿Cuál es tu destino favorito para las vacaciones?

diez



B Más que palabras

6 Empareja las palabras con las partes de este avión.



- | | | | |
|--------|--------------------|-------|--------|
| a | b | c | d |
| Salida | Ventanilla | Cola | Ala |
| e | f | g | h |
| Bodega | Tren de aterrizaje | Motor | Cabina |

Léxico

Altitud
6.000 pies
11.000 metros
Velocidad
900 Km. por hora

7 Lee la siguiente información sobre el avión.



En este boeing 746 hay 200 asientos para pasajeros, y espacio para 10 tripulantes de cabina. Puede ir a una altitud de 10.000 metros sobre el nivel del mar y a una velocidad de crucero de 900 Km. por hora. Hay 8 salidas de emergencia.

Averigua cuántas horas se tarda con este avión en ir de Madrid a París.

8 Escucha a la azafata durante el vuelo. Dí qué tres cosas tienen que hacer los pasajeros.



Los pasajeros tienen que abrocharse los cinturones.
Los pasajeros tienen que...
Los ...

Haz tres frases más con "tener que".

Gramática

Tener que + bajar
 abrocharse
 sentarse



11 Escucha los siguientes anuncios en el aeropuerto. Ordénalos.



- Iberia informa: el vuelo procedente de Bruselas aterrizará con un retraso de 40 minutos.
- Por su propia seguridad, mantengan sus pertenencias vigiladas en todo momento.
- 1 Señor Giovanni Testi, pasajero de Alitalia con destino Milán, haga el favor de presentarse en el mostrador número 7.
- Última llamada para los pasajeros del vuelo Air France 839 con destino París.
- Embarquen, por favor, por la puerta D58.

Gramática

HORA

¿Qué hora es?

Son las ...

¿A qué hora...?

A las ...

12 Estudia el tablón de información de vuelos y contesta las siguientes preguntas.

	VUELO	PUERTA	HORA	PROCEDENCIA	LLEGADAS
●●	LE 302	B24	11:10	MIAMI	RETRASO
●●	AZ 419	CT2	11:20	STUTTGART	EN TIERRA
●●	LH 1122	A 10	10:40	NEW YORK	*
●●	LH 1906	B16	12:50	LYON	*
●●	AA 071	C05	10:50	BARCELONA	RETRASO
●●	AF 1701	B08	11:30	ESTOCOLMO	EN TIERRA



- a) ¿Qué vuelos tienen retraso?
- b) ¿Cuántos vuelos llegan de Alemania?
- c) ¿Por qué puerta llegan los pasajeros de Estocolmo?
- d) ¿Cuál es el primer vuelo procedente de Estados Unidos?
- e) ¿A qué hora llega el último vuelo?

Te toca!

Haz los siguientes anuncios:

- a) El vuelo a Caracas tiene un retraso de media hora.
- b) El vuelo de Dusseldorf está a punto de salir.
- c) Falta una pasajera (Ana López) en el vuelo AI 322 con destino a Costa Rica.
- d) Los pasajeros deben vigilar sus maletas y bolsos para evitar robos.

Gramática

Salir

con retraso

Llegar

a tiempo

trece



13 ¿Conoces estas banderas? Relaciona cada una con el país correspondiente. ¿Cuál es el color más común?

Léxico

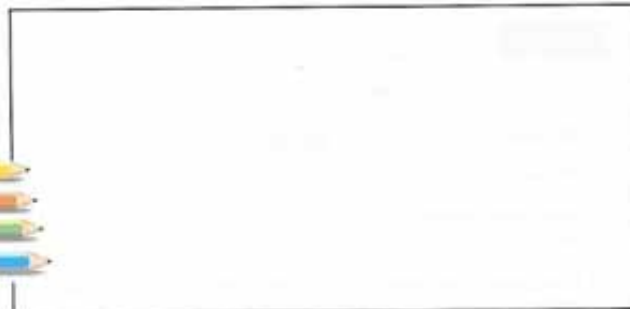
COLORES

-  Rojo
-  Amarillo
-  Verde
-  Azul
-  Blanco
-  Negro
-  Rosa
-  Naranja
-  Gris

BANDERA	PAÍS
	México
	Estados Unidos de América
	Argentina
	España
	Italia
	Holanda
	Gran Bretaña

X

14 Dibuja la bandera de tu país. ¿Qué colores tiene? ¿Sabes cómo es la bandera del país de tu compañero? Dibújala. Comprueba después con él, si tu versión es correcta.



atorce



15 Escucha las siguientes frases y señala cuáles de estas palabras se mencionan.



- Azafata
- Bandeja
- Cinturón
- Respaldo
- Prensa
- Piloto
- Asiento
- Carrito
- Aseo
- Pasajero
- Teléfonos móviles

Léxico

conectar	}	≠
encender		
desconectar		
apagar		

16 Escucha a Luis. Es comandante de IBERIA. ¿Te gustaría ser piloto de aviación? ¿Por qué?



- Sí, porque me gusta mucho viajar.
- No, porque no me gusta estar lejos de casa.



17 Escucha a Paloma. Habla de las ventajas y desventajas de su profesión. ¿Cuáles son? Rellena la siguiente tabla:



VENTAJAS	DESVENTAJAS

Tarea



Busca en Internet los sitios de las compañías aéreas más importantes. El grupo tiene que negociar un destino común y una fecha de ida y vuelta. Hay que averiguar cuál es la mejor oferta para el viaje previsto (ver precio, tiempo y horarios). Hay que incluir una explicación de por qué ha sido esa la mejor opción.



Anexo 7: Material 5

Lenguaje de los servicios turísticos

TEXTOS 1 - 8



NIVEL TEÓRICO

Este texto describe la arquitectura del hotel, su ubicación, las comodidades, las atracciones turísticas de la zona y proporciona unas indicaciones para el conductor.

OBJETIVOS GENERALES

Lo que se pretende con la explotación de este texto es que el alumno sea capaz de dar información sobre el hotel; describir las características del mismo, dar información sobre los servicios que ofrece la estructura hotelera y, finalmente, aprender a resolver cuestiones difíciles planteadas por los clientes. Por lo tanto, lo que se le pide al alumno es adquirir una competencia léxica específica que le permita desenvolverse bien dentro de este sector de servicios.

ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y DE VOCABULARIO QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA AL ABORDAR ESTE TEXTO

Los estudiantes deben repasar el uso de verbos que expresan gusto, deseo, consejo, etc., que rigen la construcción de una subordinada con el subjuntivo o los recursos para expresar conjunciones temporales.

SUGERENCIAS DE EXPLOTACIÓN

El profesor puede pedir a los alumnos que realicen una búsqueda en la red clasificando unos hoteles por categoría, ubicación, comodidades, etc., y luego, en clase hay que referir oralmente sobre el resultado de la búsqueda y saber aconsejar un hotel más que otro explicando el porqué.

En el ejercicio 1 se pide al alumno la creación de un asociograma cuya finalidad es la de establecer asociaciones que tienen carácter dinámico, puesto que es posible añadir siempre nuevas informaciones que integren las relaciones existentes. De esta manera el estudiante aumenta su glosario específico.

En el ejercicio 2 la destreza interesada es la expresión oral. De hecho, se trata de la elaboración de un diálogo en el que uno de los interlocutores recomienda al otro el hotel y esto a través del uso de unos cuantos verbos que expresan consejo, gusto, deseo, etc. Este tipo de ejercicio requiere que el alumno, no sólo utilice un léxico específico, sino que se le pide utilizar un tipo de registro (en este caso formal) con sus fórmulas, permitiendo de esta manera la evaluación de unos cuantos prerrequisitos.

El ejercicio 3 quiere evaluar la comprensión lectora y el nivel de deducción lógica de los alumnos dado que se les pide relacionar las frases de la primera columna con las de la segunda. Estas frases, al mismo tiempo, ofrecen vocabulario nuevo sobre el sector hotelero al usuario. Además otra sugerencia de explotación del ejercicio podría ser la de recrear, con un compañero/a, el contexto situacional de cada frase.

En el ejercicio 4 también la destreza que se quiere calcular es la comprensión de lectura pero esta vez a través de la comprensión del texto reproducido. El alumno tiene que contestar "verdadero" o "falso" a unas cuantas proposiciones que se refieren al hotel Best Western Atlántico.

En el ejercicio 5 se ha querido evaluar la competencia gramatical del alumno y el uso de la sintaxis en la construcción de oraciones utilizando los conectores temporales adecuados.

SUGERENCIAS PARA UNA ACTIVIDAD FINAL

Para la realización del cuestionario es útil dividir la clase por parejas y uno de sus miembros desempeña el papel del cliente que va a contestar estas preguntas.

Lenguaje de los servicios turísticos





BEST WESTERN Hotel Atlántico

Gran Vía, 38 - MADRID, ES 28013

En la "Gran Vía", una de las principales arterias de comunicación entre el viejo Madrid y los nuevos barrios del norte allá por los primeros años del siglo XIX, se encuentra enclavado el Best Western Hotel Atlántico. Las calles oscuras y estrechas daban paso en ese Madrid modernista a amplias y rectilíneas avenidas, más acordes con las nuevas concepciones urbanísticas. El Best Western Hotel Atlántico, obra del celebre D. Joaquín Saldaña y López, fue diseñado en 1921 y su construcción obedece a lo que ha venido en llamarse concepción ecléctica o de los Luises, precisamente por ser estas formas del arte Francés correspondientes a los siglos XVII y XVIII la común, aunque no exclusiva, fuente de inspiración de la época. Se trata de edificaciones singulares en las que puede admirar multitud y variedad de frisos, jambas y tímpanos, balaustradas y remates, engalanados todos ellos con motivos alegóricos y fantásticos. En la memoria del proyecto de Best Western Hotel Atlántico, puede apreciarse pormenorizadamente detalles de su construcción: la fachada de piedra hasta las ménsulas del entresuelo y de éste a la azotea piedra artificial ornamentada, corridas de cemento y estucados. En la actualidad, por su variedad de columnas, pilastras, templos y jarrones el edificio conforma un conjunto señorial, culminado por la torre de la cúpula afrancesada y, con ligeras modificaciones, la conservación del frontil donde figuró el escudo de su primer propietario, el Marqués de Falces. Las lujosas habitaciones poseen todo lo necesario para asegurarle una estancia tranquila y agradable. Por otra parte, el hotel también dispone de servicios como alquiler de coches, aparcamiento público a 50 metros del hotel, servicio de enlace con el aeropuerto, salón - bar y comedor. Por último, la total dedicación y atención por el detalle de sus empleados le garantizarán una cálida bienvenida y una agradable estancia. A tan sólo unos minutos del hotel encontrará locales de ocio, para cenar o para realizar compras con comodidad.

COMODIDADES DE LA PROPIEDAD

- Bar
- Habitaciones para no fumadores
- Servicio de enlace con el aeropuerto
- Seguridad
- Ascensores
- Conserje
- Centro empresarial y de congresos
- Restaurante
- Servicio de despertador
- Servicio de limpieza en seco

ATRACCIONES TURÍSTICAS DE LA ZONA

- Museo de Prado 1 kilómetro
- Palacio Real 0,5 kilómetro
- Plaza de España 0,5 kilómetro
- Puerto de Alcalá 0,5 kilómetro
- Museo Thyssen Bornemisza 1 kilómetro
- Plaza Mayor 0,5 kilómetro
- Puerta del Sol 0,5 kilómetro
- Museo Reina Sofía 1 kilómetro
- Jardín botánico 0,5 kilómetro

INDICACIONES PARA EL CONDUCTOR

La ubicación del hotel en el corazón de Madrid, le ofrece gran variedad de posibilidades de medios de transporte público hacia todos los lugares de la ciudad. En la Plaza de Callao, frente al Hotel, encontrará la línea 5 del metro, así como múltiples autobuses urbanos. Si desea un taxi puede solicitarlo en recepción. Así mismo, se le recuerda que el Hotel dispone de un servicio de transporte de ida y vuelta al aeropuerto. Consulte el horario.

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

- Hora de llegada - 12.00 h
- Hora de salida - 12.00 h

EJERCICIOS

1 Confecciona un asociograma en torno a la palabra *edificio señorial*. Relacionando, no solo los elementos arquitectónicos, es decir el léxico específico, sino también los verbos. Por ejemplo:
engalanar ← Edificio señorial → frisos

2 Elabora un diálogo en el que recomiendas a un cliente que acuda a este hotel. Tienes que utilizar verbos como aconsejar, preferir, gustar, recomendar...

3 Relaciona las frases de la primera columna con las de la segunda.

Las camas de mi habitación están sin hacer	disculpe, se las subimos en unos minutos
Voy a elegir este hotel	por supuesto. Tenga un resguardo
¿Podría guardarme la maleta hasta mañana?	ahora mismo le enviaré a la camarera
Querría otras toallas, por favor. Éstas están sucias	Sí, lo acaban de traer
¿Tiene ya mi billete?	a condición de que haya habitaciones para no fumadores
Tengo una reserva para hoy	Voy a comprobar los datos que tengo
Faltan el nombre y el apellido en la factura	Lo siento pero no me aparece

62

Lenguaje de los servicios turísticos

4 Lee atentamente el texto y di si estas proposiciones son verdaderas o falsas.

El hotel está ubicado muy lejos del centro por lo tanto no se puede llegar allí andando (...)

La única manera para ir del hotel al aeropuerto es llamar a un taxi (...)

El hotel puede considerarse una obra de arte porque ha sido construido obedeciendo los cánones artísticos de su época (...)

Las habitaciones no son tan agradables porque son muy ruidosas (...)

Hasta en sus detalles se aprecia un cuidado particular en la estructura arquitectónica del BWA (...)

V F
 V F
 V F
 V F
 V F

5 Escribe las siguientes oraciones utilizando las conjunciones temporales adecuadas.

- 1 Al salir el sol se marcharon del hotel
- 2 Saliendo del aeropuerto me encontré a una amiga
- 3 Llegado el equipaje, se dieron cuenta de que faltaba algo
- 4 Mirando los folletos, me encontré con un paquete de viaje muy bonito
- 5 Al comenzar el vuelo, se oyó un gran ruido
- 6 Habiendo facturado el equipaje, se dirigió hacia la cafetería
- 7 Al recibir a los clientes, controlaba también sus pasaportes
- 8 Cerrada la puerta de la habitación, sonó el teléfono
- 9 Colocando cada llave en su casillero, se dio cuenta de las que faltaban
- 10 Al mirar por la ventana del hotel, contempló un hermoso paisaje

ACTIVIDAD FINAL

En grupo procedéis a la elaboración de un cuestionario para el cliente dirigiéndole unas cuantas preguntas sobre la ubicación del hotel, su estado, sus servicios, sus expectativas y reclamaciones.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado:
Best Western Hotel Atlántico

1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

NIVEL TEÓRICO

Con este texto se puede explotar todo el léxico que se refiere a las agencias de viaje, un ámbito muy importante del sector turístico; además hay que subrayar que es este ámbito el que más ofertas de empleo puede proporcionar dentro de ese sector. El texto de la tarea presenta tres tipos de paradores en tres regiones españolas distintas con tres características específicas: 1) Cultura y Gastronomía; 2) Naturaleza y Excursiones naturales; 3) Toros.

OBJETIVOS GENERALES

La tarea se plantea describir las características de los distintos paradores; dar información sobre los aspectos culturales de cada ciudad presentada; elaborar un itinerario para grupos y aceptar/rechazar las sugerencias propuestas.

ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y DE VOCABULARIO QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA AL ABORDAR ESTE TEXTO

Estos elementos giran sobre todo en torno al vocabulario descriptivo, puesto que se habla de paradores e itinerarios. La actividad previa que se le pide al alumno es la lectura del texto para pasar, luego, al primer ejercicio que desarrolla la expresión escrita.

SUGERENCIAS DE EXPLOTACIÓN

Se puede pedir a los alumnos un trabajo de traducción de unos folletos que pueden encontrar en las oficinas de turismo de su ciudad.

Ejercicio 1 de hecho se trata de la formulación de un itinerario que se obtiene sacando las informaciones del texto citado. El resultado final va a ser un prototipo de programa, cuya estructura el futuro profesional tiene que tener en cuenta a la hora de organizar un verdadero itinerario.

El ejercicio 2 puede considerarse un comentario lingüístico del texto. El alumno tiene que destacar las características principales de este lenguaje para poder poseer las herramientas léxicas fundamentales al escribir un itinerario.

El ejercicio 3 desarrolla las destrezas de la comprensión lectora y la expresión escrita. Se trata de una actividad centrada, sobre todo, en el vocabulario; su objetivo específico es averiguar la adquisición de una adecuada terminología técnica que los alumnos han ido adquiriendo a través de las lecturas hechas y de los soportes magnéticos utilizados para presentar situaciones reales.

El ejercicio 4 consta de dos partes, en la primera se trabaja la expresión escrita y en la segunda la expresión oral. Al alumno se le pide, primero, escribir una carta formal de reclamaciones a la agencia de viajes, utilizando, por lo tanto, un tipo de registro. Luego con el diálogo nos centramos en la interacción, se dan unas ligeras pautas, con lo cual la actividad se puede considerar semidirigida. Los alumnos tienen que poner en práctica todos los recursos que han visto a lo largo de la tarea, así como otros tratados anteriormente.

El ejercicio 5 se centra en la comprensión gramatical, pidiéndole al alumno que complete unas oraciones condicionales del tipo: si fuera.....sería.

SUGERENCIAS PARA UNA ACTIVIDAD FINAL

Con esta actividad se quiere evaluar todo lo trabajado en materia de léxico que se refiere a la agencia de viaje. Por lo tanto, la creación de un folleto turístico original va a ser una prueba final con la que valorar la adquisición de las competencias por parte del alumno, tanto de la estilística como de la léxica.

Cultura y Gastronomía - Visitas Culturales

Parador	CÓRDOBA
Título de la Actividad	Córdoba, ciudad de las tres culturas
Tipo de Actividad	Cultura y Gastronomía - Visitas Culturales
Descripción	Una oportunidad única de conocer y admirar las bellezas de la cultura cordobesa, ciudad Patrimonio de la Humanidad. Disfruta de una visita guiada a la Mezquita, la judería, la sinagoga y los domingos, la ciudad de Medina Azahara.
Vigencia del Programa	Todo el año
Primer Día	- Llegada al Parador - Cena y alojamiento
Segundo Día	- Desayuno buffet - Visita cultural guiada desde el Parador a la Mezquita, Judería y Sinagoga o Medina Azahara - Almuerzo o cena en el Parador y alojamiento.
Tercer Día	- Desayuno buffet - Salida y fin del programa
Precio por persona y paquete	183,4 €
Observaciones	- Precio del programa alojado en habitaciones dobles con vistas. - La visita cultural se realizará de martes a sábado, siendo la visita a la ciudad de Medina Azahara, exclusiva de los domingos.

Naturaleza - Excursiones Naturales

Parador	LA PALMA
Título de la Actividad	Maravillas de la Palma
Tipo de Actividad	Naturaleza - Excursiones Naturales
Descripción	Pocos lugares te ofrecen tantas alternativas como la "isla bonita". Visita guiada a Santa Cruz de la Palma, con una pequeña caminata al mirador de la Cumbrecita. También visitarás Fuencaliente, con su volcán de San Antonio; Molino de Mazo y excursión a pie al bosque de los Tilos; los Sauces y Charco Azul, con breve paseo a Puerto Espíndola y San Andrés. Además podrás degustar la exquisita gastronomía palmera con sus famosas papas arrugas y mojo picón.
Vigencia del Programa	Todo el año
Primer Día	2 días de estancia en régimen de Media Pensión.
Precio por persona y paquete	221,66 €
Min. clientes participantes	8
Max. clientes participantes	15
Observaciones	- Visita lunes y sábados: Santa Cruz de La Palma, con la iglesia de Nª Sra. de las Nieves, Mirador de la Cumbrecita, con paseo a pie de 45 min. Fuencaliente con volcán de San Antonio, Molino de Mazo (cerámica) - visita martes y viernes: Mirador de San Bartolo en Puntallana, Bosque de los Tilos, con paseo a pie de 1 hora. Visita a Los Sauces y Charco Azul, con caminata a Puertl Espíndola y San Andrés.

Otras Actividades - Toros	
Parador	JAÉN
Título de la Actividad	El toro bravo, su hábitat
Tipo de Actividad	Otras Actividades – Toros
Descripción	Conoce el enigmático mundo del toro bravo, su señorío y gallardía, de sus costumbres y de cómo forma parte de la cultura española. Te invitamos a un cálido paseo en 4x4, por los parajes más sugerentes de Sierra Morena. Podrás ver vacas de vientre con sus becerros y toros que serán lidiados en distintas plazas, conocerás los detalles de la cría de este bello y noble animal.
Vigencia del Programa	del 01/01 al 28/02 – del 01/07 al 31/07 – del 01/11 al 31/12
Primer Día	1 noche de estancia en régimen de alojamiento y desayuno
Precio por persona y paquete	86,12 €
Min. clientes participantes	4
Max. clientes participantes	50
Observaciones	– Existe la posibilidad de realizar la ruta a caballo, incluso para personas que no sepan montar. También se puede observar un tentadero de campo, donde se seleccionan las futuras vacas que conformarán la ganadería. Solicitar información complementaria al Parador.

EJERCICIOS

1 Elabora un circuito para un grupo de turistas que visitan estas regiones. Completa el texto siguiente.

Día 1

Llegada al aeropuerto de Presentarse al de Iberia con destino Córdoba del equipaje A la llegada los clientes

Día 2

Después del desayuno Visita de Córdoba ciudad de Almuerzo en Tiempo libre para Cena y alojamiento en

Día 3

Después del desayuno salida en tren La Palma. Visita de la ciudad que incluye Almuerzo en el restaurante Tío Pepe para degustar Por la tarde excursión Cena y alojamiento en el parador donde

Día 4

Desayuno en la cafetería que ofrece Visita de Santa Cruz de La Palma con la iglesia de y luego Por la tarde



visita a pie hasta Cena en un a base de
..... Alojamiento.

Día 5

Desayuno en el parador, traslado para ver Por la mañana paseo en 4x4 por Almuerzo en un La comida típica es Por la tarde tiempo libre para Vuelta al parador por la noche donde Alojamiento.

Día 6

Desayuno y luego posibilidad de Allí se podrá observar Tiempo libre hasta la hora de recogida para Salida con

Fin de nuestros servicios.

2 Analiza el lenguaje utilizado para la realización de este folleto. ¿Qué características tiene? ¿Cómo se presenta su estructura oracional? ¿Cuáles son los recursos lingüísticos utilizados para "vender" el producto?

3 Completa con los vocablos adecuados.

A la al aeropuerto de Madrid, se incorporarán a un grupo de 15 turistas franceses. A las nueve y media hay que presentarse en el de Iberia. Una vez el equipaje y pasada la telescópica, hacia Córdoba. en al hotel. Por la tarde está programada una a la mezquita, judería y sinagoga. Durante la se puede dar un por la ciudad de Medina Azahara. En la Palma pueden dar una pequeña al mirador de la Cumbrecita. Finalizado el con cocina típica, tiempo libre para hacer y llevarse algún del lugar. Cena y en el parador. hacia Jaén para ver los toros bravos. Existe la posibilidad de realizar la a caballo, también se podrá observar un de campo donde se seleccionan las futuras vacas. El día siguiente por la mañana en el parador y al aeropuerto. Una les va a esperar allí. El vuelo va a salir con dos horas de por problemas de general. Por eso van a tener a su disposición los del aeropuerto.

4 a) Escribe una carta formal de reclamaciones a la agencia de viajes que te vendió ese circuito de seis días por algunos paradores españoles. Explica los motivos de tus quejas y pide una aclaración o un reembolso.
b) Luego imagina un diálogo con tu compañero/a en el que tú ahora eres el/la responsable de la agencia de viajes y él/ella la persona que reclama y tienes que tranquilizarla.

5 Completa las siguientes oraciones.

- 1 Si lo hubiera sabido
- 2 Si reservaras el avión antes
- 3 habrían llamado por teléfono
- 4 Si salieran mañana para Madrid



- 5 no diría tantas tonterías
- 6 Si hubiera habido una sobreventa
- 7 te haría un prepagado
- 8 Si facturaseis el equipaje con tiempo
- 9 podríamos ir a la tienda libre de impuestos
- 10 Si hubiera habido posibilidad de billete abierto

ACTIVIDAD FINAL

La realización de esta actividad ha de considerarse una continuación del ejercicio número 2. Tenéis que idear un folleto turístico cuidando, sobre todo, la expresión y el estilo.

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado:
Agencias de viajes - Paradores

1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

.....

.....

.....

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

.....

.....

.....

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

.....

.....

.....

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

.....

.....

.....

8
 Lenguaje de los servicios turísticos



NIVEL TEÓRICO

Se ha elegido un texto sobre dicha ciudad en cuanto que ésta es una ciudad de cultura en la que se juntan historia, arquitectura, cultura, tradiciones y es uno de los destinos favorecidos de las rutas monumentales españolas.

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo que tienen todos los ejercicios es posibilitar al alumno la elaboración de todo tipo de información sobre una región o un país; capacitarle para la producción de informaciones sobre tradiciones españolas y la elaboración de circuitos monumentales.

ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y DE VOCABULARIO QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA AL ABORDAR ESTE TEXTO

Los estudiantes bienen que repasar primero, el vocabulario relacionado con los monumentos y lugares de interés, así como la práctica de determinados tiempos verbales: subjuntivo en construcciones para recomendar y el imperativo.

SUGERENCIAS DE EXPLOTACIÓN

El profesor puede dividir la clase en grupos y pedirle que haga un dossier sobre las ciudades más famosas de España. Es una actividad de realización libre que los alumnos deben realizar por escrito y presentarla de manera oral al resto de los compañeros que tendrán que corregir los errores, tanto gramaticales como de contenido.

El ejercicio 1 desarrolla la destreza de la comprensión lectora. De hecho, después de la lectura previa del texto, el alumno tiene que efectuar un ejercicio de selección múltiple sobre los contenidos presentados.

El ejercicio 2 obliga al estudiante a una prueba de léxico a través de la individuación del contexto de uso de las palabras subrayadas. Y la búsqueda de polisemias, sinónimos y antónimos sirve para la definición del significado de una unidad léxica.

El ejercicio 3 desarrolla la expresión oral. A través del empleo del diálogo se quiere familiarizar a los alumnos con el lenguaje propio de los circuitos monumentales. La realización de esta actividad se completará con la información previa adecuada que los alumnos han adquirido anteriormente.

El ejercicio 4 como los de las demás tareas, es una práctica de refuerzo gramatical que pretende evaluar el correcto uso del imperativo en su forma positiva y negativa.

SUGERENCIAS PARA UNA ACTIVIDAD FINAL

La creación de las transparencias o la presentación con soportes multimediales tiene la finalidad de hacer la clase más productiva, más dinámica y más divertida. Además se pretende la absoluta autonomía del discente a la hora de confeccionar el material y de presentarlo porque se va a testar la correcta adquisición de las competencias que requiere la tarea. El docente no va a dirigir la actividad.

La Fachada de la Universidad de Salamanca

Su construcción se debe a los **Reyes Católicos** y aunque se construyó en **1534**, bastante después de la muerte de éstos, en recuerdo se labró en el primer cuerpo sus bustos con una dedicatoria que circunda las *tallas* que dice así **"Ferdinando-Elisabeta"** y en la parte alta y en griego **"Los Reyes a la Academia, y ésta a los Reyes"**.

Está dividida en **tres cuerpos**; el **primero**, como hemos comentado, contiene el **medallón de los Reyes Católicos** empuñando el mismo **ceño**, y a los lados el **yugo** y las **flechas**. Este cuerpo es una demostración de elegante ornamentación, frutas, copas, niños, máscaras, etc.

El **segundo cuerpo**, contiene en el centro el **Escudo de Carlos V**, rematado con un globo y una cruz sobre una espectacular corona. A la derecha el **águila de San Juan**, de los Reyes Católicos, a la izquierda el **águila bicéfala** del Imperio. En el extremo izquierda, en un medallón, el **busto de Carlos V** y al otro extremo, el de la emperatriz **Isabel** (su primera esposa) Arriba y en *alatorrelieve* cuatro **conchas** con los bustos de (de derecha a izquierda) **Cicerón**, **Alejandro Magno**, **Hércules** y un busto de una mujer, que puede ser **Safo**.

El **tercer y último cuerpo**, y en el centro de este, hay una **capillita**, donde se halla sentado un Papa, probablemente **Benedicto XIII**, exhortando a los clérigos. En el resto, cabezas de monstruos sobre las que cabalgan niños, un medallón



con un hombre encapuchado, otro con un hombre con gesto iracundo, otro con un personaje coronado de laurel, etc... Además mil y un detalle que ornamentan esta impresionante construcción civil; el más bello **Plateresco** del Renacimiento español impregnado del **clasicismo italianizante**.

Hasta aquí podríamos decir que queda descrita la Fachada de la Universidad, por supuesto, allá, entre las *filigranas* está la **Rana**, aposentada en su

Calavera para dar, hoy como siempre, suerte a todos los estudiantes que son capaces de encontrarla entre los habitantes pétreos de tan singular belleza

De los autores, no existe dato alguno, más que comenzaron hacia **1525**, quedando acabada, como hemos dicho en **1534**, siéndoles entregada la enorme suma, para aquella época, de **30.000 ducados**. La Fachada es la culminación del estilo **Plateresco** en España, siendo una joya única e irrepetible.

EJERCICIOS

- 1** Lee atentamente el texto y selecciona la respuesta que te parece correcta.
- La construcción de la Universidad de Salamanca:
 - se relaciona con los Reyes Católicos
 - afecta a los Reyes Católicos
 - alude a los Reyes Católicos
 - En el primer cuerpo hay:
 - una ornamentación muy sencilla
 - una muestra de un refinado decorado
 - un adorno complejo y retorcido
 - El segundo cuerpo tiene:
 - el escudo de Carlos V
 - cuatro conchas en altorrelieve
 - las efigies de los reyes y de unos hombres ilustres del pasado
 - La Rana aposentada en su calavera:
 - es símbolo de infelicidad
 - es una dicha para los que la encuentran
 - es un testimonio artístico muy importante
- 2** En el texto se han subrayado con cursiva unas cuantas palabras. Tienes que buscar su significado, circunscribir su contexto de uso, ver si la palabra es polisémica y, finalmente si existe, buscar su sinónimo y antónimo.
- 3** Elabora un diálogo con tu compañero que está con un grupo de turistas extranjeros y te pregunta: ¿puedes aconsejarme un itinerario por el casco antiguo de Salamanca? Debes utilizar las formas del imperativo.
- 4** Completa con el imperativo.
- (Bordear tú) la Catedral hasta llegar a la Plaza
 - No (subir tú) por aquella calle porque está cortada
 - (Recorrer vosotros) la calle Toro hasta llegar a la glorieta
 - No (seguir ustedes) por allí porque es resbaladizo
 - (Girar usted) a la derecha y luego la primera a la izquierda
 - (Apagar vosotros) los móviles dentro de la Catedral
 - (Mantenerse ustedes) quietos y callados dentro de la iglesia
 - (Comenzar tú) a bajar a la cripta yo iré luego
 - (Detenerse usted) primero en el museo
 - No (Proseguir nosotros) hasta allí porque es peligroso

ACTIVIDAD FINAL

Por pareja tenéis que elegir un monumento, una iglesia o un edificio de una ciudad española que tenga un particular interés a nivel histórico arquitectónico. Luego, con el empleo de transparencias o de recursos multimediales (presentación en *Power Point* o semejantes) tenéis que presentarlo a la clase. Vais a ser los profesores, así que ¡cuidado con la forma y con el contenido!

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado:
La fachada de la Universidad de Salamanca

1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

NIVEL TEÓRICO

El texto es un comentario gastronómico aparecido en la página web *Canal Gastronomía* cuya finalidad es la de informar sobre la calidad de la cocina del restaurante MIRAMAR.

OBJETIVOS GENERALES

La tarea se propone explotar el tipo de léxico que se refiere al área temática de la restauración. El alumno debe familiarizarse con el vocabulario propio de comidas y bebidas, además de emplear correctamente todas las expresiones utilizadas para ofrecer, pedir o rechazar un servicio, atender a los clientes, sugerir o recomendar platos, tomar la comanda...

ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y DE VOCABULARIO QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA AL ABORDAR ESTE TEXTO

Los estudiantes tienen que adquirir el léxico específico que se refiere a comidas y bebidas y a las necesidades de los clientes. Por lo tanto tienen que repasar los verbos irregulares como *pedir, atender, traer, sugerir...* y perifrasis: *acabar de+infinitivo, ir a +infinitivo, tener que+infinitivo...*

SUGERENCIAS DE EXPLOTACIÓN

Otra posible explotación sería, por ejemplo, recrear una situación en una cafetería para practicar todo el vocabulario relacionado con este ámbito y pasar a una dramatización, que es una actividad que, por su carácter principalmente visual, ayuda al estudiante a la memorización del léxico.

El ejercicio 1 pretende familiarizar al alumno con la creación de relaciones mentales. Se le pide, por lo tanto, la agrupación de palabras según criterios semánticos. El ejercicio, además, tiene una doble finalidad, la práctica de todo un tipo de léxico que se refiere a comidas.

El ejercicio 2 trabaja la expresión oral. La tarea quiere recrear un contexto situacional representativo a través de la creación de una conversación cuya finalidad es comprobar la capacidad comunicativa del alumno en un contexto bien definido y restringido. Por lo tanto, la información que se pretende ofrecer y obtener tiene que ser la más precisa posible.

El ejercicio 3 pretende evaluar la expresión escrita. La tarea se puede considerar semidirigida dado que, en el diálogo que el alumno tiene que elaborar, se pide que se cumplan unas cuantas condiciones que sirven para orientar las finalidades de la tarea, es decir la adquisición de un léxico adecuado. La realización correcta de este ejercicio prevé la presentación por parte del profesor de unos modelos de diálogo que trabajen este léxico.

El ejercicio 4 toma en consideración la competencia gramatical y, sobre todo, pretende comprobar el correcto contexto de uso de determinadas perifrasis de infinitivo.

SUGERENCIAS PARA UNA ACTIVIDAD FINAL

El trabajo de escritura de una reseña crítica para el *Canal Gastronomía* representa una prueba muy importante de evaluación, no sólo del lenguaje específico aprendido, sino también de la competencia escrita y de determinados prerrequisitos como la capacidad de síntesis y la actitud crítica. Además, para crear en la clase un momento de cohesión y familiarizarse con los gustos de una cultura gastronómica distinta de la propia, se puede pedir la realización de los platos típicos que han resultado ganadores.

El rincón del Sibarita

ARROZ A LA MARINERA EN EL RESTAURANTE MIRAMAR

El restaurante Miramar abrió hace 35 años, antes incluso de que se ampliara el puerto, y desde entonces, además de dar cobijo a los pescadores de la zona, sus fogones han sido referencia de la cocina marinera.

Además, desde el carajillo mañanero hasta la última copa de ponche, la barra del Miramar es punto de encuentro de vecinos y veraneantes, de noctámbulos y marineros, de parejas de novios o jubilados que se sientan frente al mar.

Las tapas de la barra revelan su identidad: almejas con chanquetes, quisquillas, chopitos, langostinos del mar Menor, salazones, pulpitos, y alguna concesión a la cocina campesina, como el mojete murciano o las patatas a lo pobre con pimiento.

Lo que procede es el arroz y pescado o a la marinera, con un fondo de leche y atún. Se agradece la justeza de los condimentos, especialmente en la sal. Para terminar un postre casero: tocino de cielo o natillas quemadas.

RESTAURANTE MIRAMAR

Paseo de la Barra, 14.
Cabo de Palos.
Tfno.: 968 56 30 33
Cierra: Martes.

Lenguaje de los servicios turísticos

EJERCICIOS

- 1** En el texto aparecen los siguientes términos: ponche, almejas con chanquetes, quisquillas, chopitos, langostinos, salazones, pulpitos, patatas, pimiento, arroz, mojete, atún, natillas. Tienes que agrupar cada una de estas palabras según criterios semánticos. Por ejemplo: Marisco (almejas, mejillones...)
- 2** Imagina con un compañero/a una conversación en la que tú eres el camarero del restaurante Miramar y vas a atender a un cliente. Hay que introducir en el diálogo frases como: ¿Desea algo señor?; Ahora mismo se la traigo; ¿Van a tomar algo más?; Esta servilleta está sucia; Le ruego que nos disculpen.
- 3** Elabora un diálogo en el que estén presentes las siguientes situaciones: recibir y atender a los clientes; tomar la comanda; describir el contenido de los platos; sugerir o recomendar platos; hablar de la cuenta; despedida.
- 4** Formula unas frases sobre comidas, bebidas y restaurantes, utilizando estas perífrasis: ir a +infinitivo; acabar de +infinitivo; tener que+infinitivo; deber +infinitivo; hay que +infinitivo.



ACTIVIDAD FINAL

Divididos en grupos tenéis que escribir una reseña crítica para el Canal Gastronomía, siguiendo la estructura del modelo recomendando, por lo tanto, la cocina, un plato típico y el servicio de un restaurante. Luego vais a pasar a la lectura de estas reseñas y la clase va a decidir cuál es la mejor o las dos mejores.

010435

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado:
En un restaurante

1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

NIVEL TEÓRICO

Se trata de un anuncio de la compañía aérea nacional en el que se ofrece un puesto de trabajo, se precisan unas cuantas condiciones y se piden unos requisitos.

OBJETIVOS GENERALES

La finalidad de esta tarea es proporcionar los instrumentos y adquirir las competencias necesarias para redactar ofertas de trabajo y *currículum vitae*. Es importante que el alumno adquiera este *know how* porque, tanto las ofertas de trabajo como el CV siguen un esquema casi invariable y están articulados en partes perfectamente señaladas. Razonablemente, la correcta formulación de éstos es un prerequisite fundamental para el futuro profesional.

ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y DE VOCABULARIO QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA AL ABORDAR ESTE TEXTO

Al alumno se le pide familiarizarse con un vocabulario relacionado con los giros y expresiones de los anuncios. Además, va a practicar el uso del modo condicional que expresa acción eventual o hipotética, la probabilidad en el pasado o también se emplea como expresión de cortesía cuando se anuncia una pregunta o un ruego.

SUGERENCIAS DE EXPLOTACIÓN

Lo que puede proponer el profesor, como tarea para casa, es que los alumnos redacten el *currículum vitae* de unos personajes políticos, televisivos y de la cultura, para luego dar lectura de éstos en clase, que tiene que reconocer al personaje y clasificarlo con uno o más sustantivos.

En el ejercicio 1 se trabaja la expresión escrita a través de la redacción de una oferta de trabajo. Al alumno se le ofrecen unos cuantos datos que le sirven para la formulación del anuncio. La tarea consiste en articular en un esquema bien organizado estos datos.

El ejercicio 2 es una prueba de comprensión lectora en la que el alumno tiene que relacionar las expresiones de las dos columnas sobre el tema del CV. Utilizando las informaciones que aporta esta tarea se puede construir otra en la que el estudiante, previa actividad de reescritura de las características de un *currículum vitae*, pasa luego a formular su *currículum* siguiendo el orden de aparición de los datos.

Con el ejercicio 3 se pretende trabajar la destreza de la expresión oral a través de la realización de una entrevista telefónica. Esta actividad es semidirigida dado que se dan unas pautas para la correcta orientación de la conversación.

En el ejercicio 4 se pretende evaluar la competencia gramatical. Esta tarea sobre el modo condicional pone en marcha la competencia lingüística del alumno que tiene que individualizar el correcto contexto de uso de este modo.

SUGERENCIAS PARA UNA ACTIVIDAD FINAL

La creación de una red semántica es una actividad muy provechosa para la correcta memorización de un léxico especializado, en cuanto que, no sólo activa uno de los dos procesos mentales que caracterizan nuestra forma de pensar, asociar, sino que activa también la memoria visual del alumno que, a través del empleo del asociograma, recuerda las palabras interconectadas.

Compañía aérea IBERIA

NECESITA: Tripulantes de cabina de pasajeros (TCPS)

REQUISITOS:

- Edad máxima 25
- Estatura mínima 1,70
- Dominio de idiomas: español e inglés, valorándose positivamente otros idiomas como el ruso.
- Estudios de nivel superior

TRABAJO:

- Base Madrid
- Incorporación inmediata
- Condiciones económicas a convenir
- Pertenecer a la plantilla de la compañía mediante contrato laboral estable
- Tratamiento confidencial de su solicitud
- Las personas interesadas deberían enviar Curriculum Vitae, aportando la máxima información disponible sobre los requisitos exigidos. Hay que adjuntar una fotografía reciente dirigiéndose por escrito a:

Compañía aérea Iberia, Paseo de la Castellana 60, 28046 – Madrid

EJERCICIOS

1 Redacta una oferta de trabajo según el modelo donde aparezcan estos datos:
Hotel / jefe de recepción / requisitos / experiencia exigida / sueldo ofrecido
foto actualizada / CV / dominio idiomas

2 Relaciona las expresiones de la columna A con las de la B.

Con un CV	Como una carta de presentación para obtener algo
Un CV se presenta	Van a ser las características que reúne el CV
El CV se ha de entender	Van puestos en este orden de aparición
Claridad, exactitud, buena presentación	En muchas y diversas circunstancias de la vida
Datos personales, formación académica	Damos a conocer nuestros datos personales e historia profesional

3 Has leído el anuncio y debes solicitar una entrevista por teléfono. Por parejas, prepara la conversación en la que se tienen que cumplir las siguientes condiciones:
saludos / decir el objeto de la llamada / pedir detalles sobre el trabajo / concertar entrevista / despedida

4 Completa con el condicional.

- 1 Me (Gustar) tener todos los requisitos que piden.
- 2 Usted (Poder) enviarme cuanto antes su CV.

TEXTO **5**

- 3 Si Usted no dispone de una foto reciente (Ser) mejor que se la haga.
- 4 Nosotros (Querer) ser profesionales de hostelería.
- 5 (Convenir) tener experiencia adquirida en el extranjero.
- 6 (Valer) la pena echar el CV, ¡Nunca se sabe!
- 7 (Hacer) falta mucha experiencia en puesto similar.
- 8 Les (Sugerir, yo) que dijeran el objeto de su llamada.
- 9 (Desear, yo) pedir más detalles sobre el trabajo.
- 10 Vosotros (Tener) que concertar una entrevista.

ACTIVIDAD FINAL

En grupo tenéis que crear un asociograma o red semántica. En el centro de la red hay que poner la palabra clave *avión* y a su alrededor tenéis que colocar las palabras relacionadas con ésta. Por ejemplo:

azafata ← Avión → despegar

FICHA DE AUTOEVALUACIÓN

Hoy hemos trabajado: **Ofertas de trabajo**

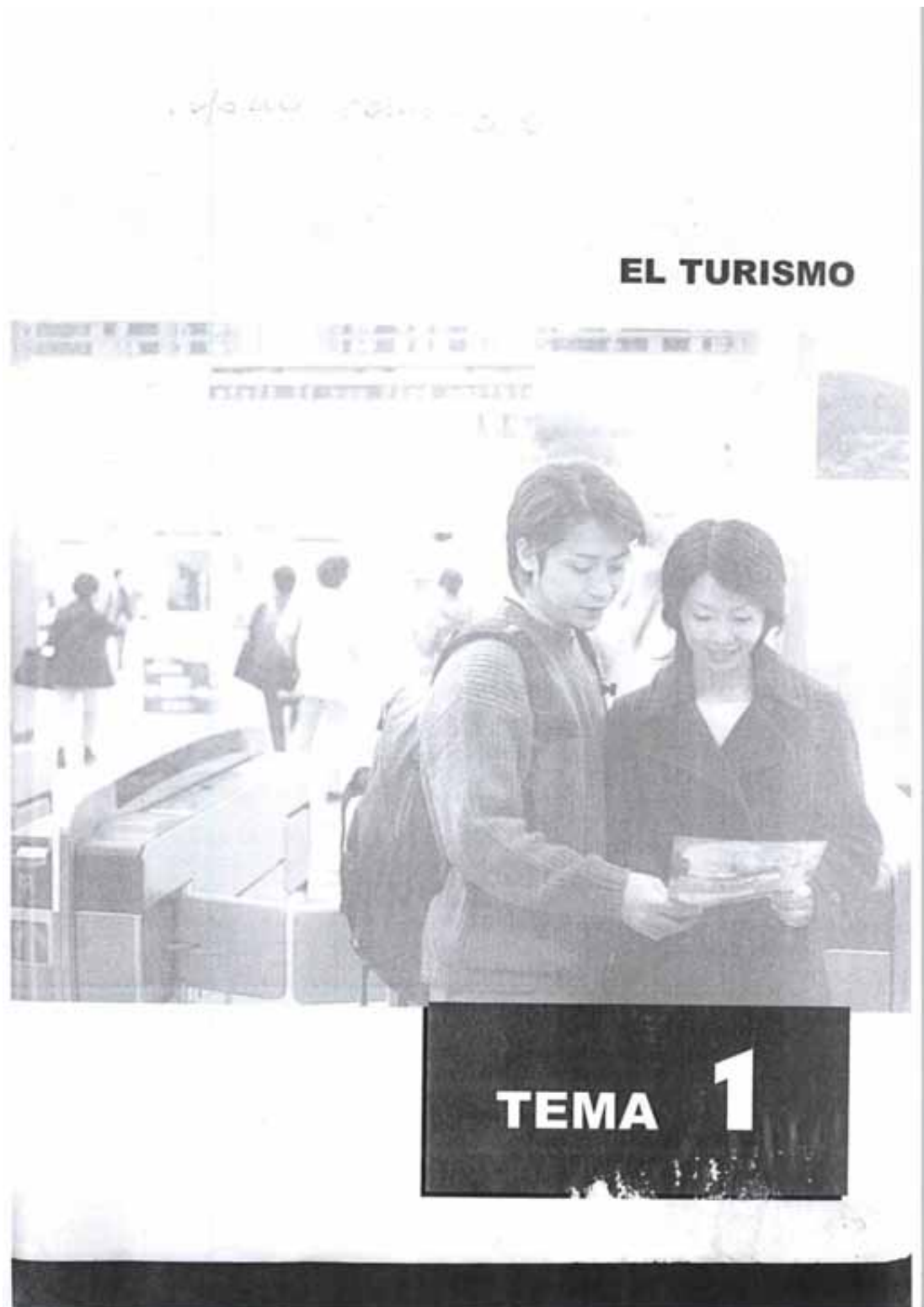
1 Palabras nuevas y expresiones que he aprendido:

2 ¿En qué contextos las usaría? ¿Cómo las explicaría a mi compañero?

3 ¿Qué herramientas puedo guardar en mi carpeta de futuro profesional?

4 ¿Qué elementos gramaticales he trabajado? ¿Puedo poner algún ejemplo?

Anexo 8: Material 6



INTRODUCCIÓN: EL ORIGEN DEL TURISMO

1. Pre-lectura.

- ¿Cuáles crees que fueron los orígenes del turismo?
- ¿De qué manera influyeron los *Grand Tours* en el desarrollo del turismo moderno?
- ¿En qué época se realizaban los *Grand Tours*?
- ¿Cuál era el objetivo de tales viajes?
- ¿Quiénes realizaban tales viajes?
- ¿Cuáles eran los destinos habituales?

2. Comprensión lectora.

Los *Grand Tours* tuvieron una gran importancia en su época e influyeron de forma indudable en el turismo actual.

- Vocabulario. ¿Sabes qué significan los siguientes términos?

viajes esporádicos / rutas / esplendor / fronteras / cuerpo de diplomáticos
fenómeno aislado / prestigio / paisajes / clase alta / logros

- Lee este texto y realiza las actividades que aparecen a continuación.

El *Grand Tour* y los viajeros ilustrados en Europa

El término "turismo" proviene del francés y es tomado del término *Grand Tour*, el viaje que los nobles europeos hacían a París y a otras ciudades de Francia en los siglos XVII y XVIII. Con el tiempo, la palabra fue adaptada al inglés, y transformada en *tourism*. A mediados del siglo XIX, el turismo era una actividad reservada a la **clase alta**.

El *Grand Tour* no se trataba de un **fenómeno aislado**, de **viajes esporádicos**, sino que algunos de los más conocidos *tourists* de esta época fueron personajes de reconocido **prestigio** como John Milton, Samuel Johnson o Boswell. Este viaje tenía como objetivo primordial el de enseñar a estos jóvenes candidatos los conocimientos y los **logros** de los estados europeos modernos y el **esplendor** de las antiguas civilizaciones griega y romana. Uno de los fines principales era el de formar un **cuerpo de diplomáticos**, políticos, abogados y militares, bien capacitado. El turismo, en ese momento, constituía una ciencia más que una actividad de ocio, una materia más entre las que se debían formar los *lords* ingleses. No se trataba pues de cultivar la **vista** ante fantásticos edificios antiguos o ante pintorescos **paisajes** sino el **oído** ante el saber que se les mostraba en el extranjero. Generalmente además, los tutores (los *tutors*) solían ser irlandeses.

Si Francia, Países Bajos, Alemania e Italia, formaban parte de las **rutas** de los *Grand Tours* desde finales del siglo XVI, no ocurrió así con la península Ibérica que quedó alejada casi siempre de estas corrientes de nuevos viajeros. Las razones pueden ser variadas y muchas han sido las explicaciones que tratan de entreverlas, pero entre ellas es fácil comprender el conflicto europeo entre el Reino Unido y la Corona española o las malas condiciones de las infraestructuras del transporte en nuestro país. Solo a partir de la llegada de la dinastía de los reyes de la casa de Borbón (los Borbones) al trono español cambiará ligeramente la situación y algunos viajeros ilustres asomarán por las **fronteras** españolas.

Entre finales del siglo XVI, época por la que se constata el principio del fenómeno conocido como *Grand Tour*, y la primera mitad del siglo XIX, cuando comienza lo que se considera **turismo moderno**, nos encontramos en un periodo en el que el turismo es un método más de enseñanza. Sin embargo, ya antes de 1850 se da una serie de factores que irán conformando de forma lenta pero decisiva lo que será el nuevo tipo de turismo; en primer lugar, los turistas de finales del siglo XVIII, los que se han venido a llamar turistas *neoclásicos*, y sobre todo los de principios del siglo XIX, los llamados turistas *románticos*, van a cambiar la concepción de sus viajes y se van a preocupar cada vez más por la observación de los lugares que visitan. Este cambio va a ser fundamental tanto para el turismo moderno, como para el contemporáneo.

Adaptado de varias fuentes

c) Indica si las afirmaciones siguientes son verdaderas o falsas.

	V	F
1. No existe relación entre los términos "Grand Tour" y "turismo".	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. El <i>Grand Tour</i> se trataba de un fenómeno aislado, de viajes esporádicos.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. El objetivo principal del <i>Grand Tour</i> era estudiar la cultura de la Grecia antigua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Era muy importante cultivar la vista con pintorescos paisajes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. España estaba incluida en la ruta de los <i>Grands Tours</i> .	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. En la época del <i>Grand Tour</i> , el turismo era básicamente enseñanza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. En el XVII en España, el transporte estaba plenamente desarrollado.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Con los Borbones, España empieza a ser también destino turístico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. El turismo moderno comienza a finales del siglo XIX.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Los turistas románticos prefieren oír a ver y observar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

d) Resume el texto sobre el *Grand Tour* y los orígenes del turismo utilizando los términos de la actividad a).

FICHA 1.1. DEFINICIÓN DE TURISMO

1. Para ti, ¿qué es el turismo?

2. Aquí tienes tres definiciones de turismo. Léelas y marca la que consideras que se adapta mejor a tus criterios.

Los economistas alemanes son los primeros que empiezan a dar una definición al turismo. Los economistas de la escuela berlinesa, Roscher y Stradner, lo definen como un "turismo de lujo".

Definición según Morgenroth: tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de resi-

El turismo

11

dencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y culturales o para llevar a cabo deseos de diversa índole únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales.

Definición según Gluskman: es la suma de las relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeramente en un lugar de estancia relacionándose con los nativos.

Definición de turismo según la OMT: las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

3. Pre-lectura.

- ¿Consideras al turismo como fuente de paz y prosperidad? Si has respondido afirmativamente, argumenta el motivo.
- ¿Qué factores positivos y negativos añadirías a los que ya has expuesto?
- ¿Qué palabras (verbos, nombres o adjetivos) consideras idóneas para discutir sobre el tema?

4. Lee el siguiente texto y realiza las actividades que aparecen a continuación.

El turismo como fuente de paz y prosperidad

El turismo se ha consolidado como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de **ingresos de divisas** y **creación de empleo**.

El turismo internacional es el mayor **generador de exportaciones** del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de la mayoría de los países.

El turismo se ha convertido, por otra parte, en una de las principales fuentes de empleo y estimula enormes **inversiones en infraestructuras**, la mayor parte de las cuales contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población autóctona además de las de los turistas. Los gobiernos, por su parte, obtienen unos sustanciales **beneficios a través de los impuestos**. La mayor parte de los empleos y negocios relacionados con el turismo se crean en países en desarrollo, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas y evita que la población de las zonas rurales emigre a unas ciudades superpobladas.

La conciencia de la diferencia cultural y las amistades personales que promueve el turismo impulsan poderosamente la **comprensión entre los pueblos** y la **contribución a la paz** entre todas las naciones del planeta.

La Organización Mundial del Turismo alienta por tanto a los gobiernos a que asuman un papel relevante en el turismo, cooperando con el sector privado, las autoridades locales y las **organizaciones no gubernamentales**. Además, ayuda a los países de todo el mundo a maximizar los efectos positivos del turismo, minimizando al mismo tiempo las posibles consecuencias negativas para el medio ambiente y las sociedades.

Adaptado de varias fuentes

- Define todos los grupos de palabras que están en negrita en el texto. Puedes consultar el diccionario.
- Resume el texto anterior usando todos esos bloques de palabras.
- Vocabulario. Estos son los nombres que aparecen en esos bloques. Completa el cuadro añadiendo los verbos correspondientes.



Nombre	Verbo
ingreso	→
creación	→
generador	→
inversión	→
beneficio	→
comprensión	→
contribución	→
organización	→

Definir los conceptos

FICHA 1.2. TURISMO INTERNO Y TURISMO EMISOR ESPAÑOL

1. Conceptos.

Turismo interno: el de los residentes de un país que viajan únicamente dentro del propio país.

Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro de un país dado.

Turismo emisor: el de los residentes de un país dado que viajan a otro país.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse a su vez dando lugar a las categorías de turismo siguientes:

Turismo interior: que comprende el turismo interno y el turismo receptor.

Turismo nacional: que comprende el turismo interno y el turismo emisor.

Turismo internacional: que comprende el turismo receptor y el turismo emisor.

Dentro de la estructura del mercado turístico, cabe distinguir entre:

Oferta turística: recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

Demanda turística: conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, se sienten motivados por una serie de productos y servicios turísticos que trata de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional.

Un factor básico en el turismo de masas es la estacionalidad: acumulación de la demanda turística o de las corrientes turísticas en un determinado periodo del año, produciéndose dos etapas claramente diferenciadas:

Estación o **temporada alta** (en el Mediterráneo, los meses de julio, agosto y septiembre).

Estación o **temporada baja** (resto del año con oscilaciones: vacaciones de Navidad, Semana Santa, etc.).

2. Pre-lectura.

a) Pon a prueba tus conocimientos sobre el turismo español.

Ordena de mayor a menor porcentaje los siguientes factores relacionados con los viajes internos y los viajes emisores de los españoles. Marca 1, 2 y 3.

Según el tipo de alojamiento en un viaje interno	
Vivienda propia	
Vivienda de familiares y amigos	
Hotel	

Según los destinos en España	
Comunidad Valenciana	
Andalucía	
Cataluña	

Según el medio de transporte en un viaje interno	
En avión	
En coche	
En autobús	

Según el mercado emisor	
Andalucía	
Madrid	
Cataluña	

Según el destino en Europa	
Portugal	
Francia	
Italia	

Según el motivo del viaje	
Trabajo o negocios	
Visita a familiares y amigos	
Ocio, recreo o vacaciones	

Según el uso de Internet para la planificación del viaje	
Para buscar información	
Para realizar la reserva	
Para realizar el pago final	

3. Lee el texto sobre los viajes que realizan los turistas españoles y subraya los conceptos que hayan aparecido en el ejercicio 1.

El 93,9% de los viajes realizados por los turistas españoles durante el pasado año se concentraron en destinos internos, mientras que el 6,1% restante fueron a destinos emisores, principalmente europeos, según se desprende de la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familtur), que cifra en 111,8 millones el total de viajes realizados por los residentes en España. Del estudio también se desprende que la mayoría de los españoles se desplaza en temporadas altas.

Andalucía fue el destino del 18% de los viajes de los españoles, seguida de Cataluña, con el 14,1%, y la Comunidad Valenciana, con el 11,9% de los viajes. Los destinos de los españoles que prefieren los viajes al extranjero atraídos por las ofertas turísticas que ofrecen son principalmente a países europeos, concentrando el Viejo Continente el 76,2% de los viajes de los residentes. Los tres países con mayor atractivo fueron por orden de preferencia: Francia, Portugal e Italia.

Paralelamente, Madrid, Cataluña y Andalucía siguieron siendo las comunidades más viajeras. El primer mercado emisor en España fue la Comunidad de Madrid, con 20,7 millones de viajes, el 18,5% del total de los viajes de los residentes en España. Le siguieron Cataluña, que emitió 17,7 millones de viajes (el 15,8% del total) y Andalucía, con 16,7 millones de viajes (el 15%).

El 52,4% de los viajes de los españoles se efectuó por motivos de ocio, recreo o vacaciones; la visita a familiares o amigos motivó el 28% de los viajes; trabajo o negocios, el 11,6%; y los viajes de estudios, el 4,4%. →

El tipo de alojamiento más utilizado por los españoles fue la vivienda de familiares o amigos, concentrando el 39% de los viajes. La vivienda propia fue el segundo tipo de alojamiento por orden de importancia, al representar el 23% de los viajes de los residentes.

El alojamiento no hotelero en su conjunto aglutinó al 80,2% de los viajes, mientras que en el 19,8% de los mismos se utilizó el hotel. Los viajes internos se caracterizan por hacer un uso más intensivo del alojamiento privado, mientras que el de los viajes al extranjero, el hotel pasa a ser el tipo de alojamiento predominante.

Por otro lado, el 78,9% de los viajes de los españoles se realizó en coche, frente al 7,8% del autobús y el 7,1% del avión. Hay una notable diferencia entre los medios de transporte utilizados en los viajes internos y emisores, ya que en los primeros predomina el uso del coche (82,1%), mientras que en los emisores el avión pasa a ser el medio de transporte principal (50,2%).

Adaptado de *Turismo europeo*

- a) ¿Coinciden tus respuestas al test de la pre-lectura con las que nos da el texto? ¿Qué información te ha sorprendido más?
- b) ¿Qué información no has podido encontrar en el texto para poder responder a todas las preguntas?
- c) Relaciona:

1. País emisor de turismo:	a. flujo turístico que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro.
2. País receptor de turismo:	b. país que genera una corriente turística hacia otro.
3. Corriente turística:	c. país que atrae una corriente turística o flujo turístico hacia él.
4. Turismo interior:	d. conjunto de turistas que viaja en grupos numerosos y grandes en viajes organizados por agencias de viajes o turoperadores con precios baratos.
5. Turismo exterior:	e. turismo que se caracteriza por la permanencia prolongada en un lugar determinado.
6. Turismo individual:	f. el que se realiza dentro del propio territorio nacional.
7. Turismo de masas:	g. aquel que se produce entre dos o más países, es decir, que trasciende las fronteras nacionales.
8. Turismo itinerante:	h. el de los turistas que viajan de manera particular, organizando personalmente el viaje o con la ayuda de una agencia de viajes.
9. Turismo de estancia:	i. el que incluye en sus actividades la visita a distintos lugares con estancias cortas en cada uno de ellos.
10. Turismo social:	j. el relacionado con los jubilados, por ejemplo, y en general con clases sociales económicamente débiles.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

FICHA 1.2.1. HÁBITOS TURÍSTICOS DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA

1. ¿Qué son para ti los hábitos turísticos? Discute tu definición con tus compañeros y detallad las ideas en las que coincidáis.
2. Partiendo de vuestras propias definiciones, tratad de explicar si los hábitos turísticos varían mucho o no de un país a otro y haced una puesta en común que explique qué factores (económicos, geográficos, socioculturales, etc.) determinarían esas variaciones, en el caso de que las hubiese.
3. Ahora, leed los datos que nos da el Instituto de Estudios Turísticos de España sobre los hábitos turísticos de los españoles y comparadlos con las conclusiones a las que hayáis llegado en los ejercicios que anteceden.



Los hábitos turísticos varían mucho de un país a otro. En ellos influyen factores de toda índole: económicos, socioculturales, geográficos, estacionales, etc.

Según el Instituto de Estudios Turísticos, los hábitos turísticos de los residentes en España muestran que solo un 49,8% ha viajado alguna vez fuera de España, mientras que el movimiento dentro del propio territorio español es bastante mayor. Por ejemplo, el 94,7% ha viajado alguna vez fuera de su municipio de residencia, el 95,1% fuera de su provincia, y el 89,2% fuera de su comunidad autónoma.

Resulta curioso observar hábitos como los de quedarse en casa durante las vacaciones de Navidad (más de un 80% opta por quedarse en casa durante estas fechas) y los residentes que viajan lo hacen a casa de familiares o amigos. Sin embargo, durante las vacaciones de verano, los hábitos viajeros aumentan, de modo que el 64% de los residentes viaja dentro o fuera de España.

Es importante mencionar que el porcentaje de los residentes que viajan fuera de España aumenta proporcionalmente a su nivel de estudios. Hay una clara propensión viajera relacionada directamente con niveles de estudios altos. Los analfabetos y personas sin estudios representan uno de los sectores que menos viaja.

También es destacable que el tramo de edad comprendida entre los 20 y los 40 años viaja más en relación con los más jóvenes, y principalmente en relación con las personas de más de 70 años que son, junto con los niños, las que menos viajan.

Los viajes por motivos de trabajo son mucho más habituales dentro del propio territorio que fuera de él. Es de resaltar el siguiente dato: el 91,6% de los residentes en España no realizan nunca viajes por motivos de trabajo. De hecho, los ejecutivos españoles son bastante reacios a viajar fuera de España e intentan reducir los viajes sustituyéndolos por otros medios de contacto, como las vídeo-conferencias.

Adaptado del Estudio del Instituto de Estudios Turísticos

a) Responde a las preguntas que se plantean, según el texto:

1 El porcentaje de españoles que más viaja está compuesto por:

- a) niños y mayores de 70 años.
- b) jóvenes con un alto nivel de estudios.
- c) analfabetos.

2 Las estadísticas muestran que los residentes en España viajan más:

- a) durante las vacaciones estivales.
- b) durante las vacaciones de Navidad.
- c) durante la Semana Santa.

3 Las estadísticas muestran que de los residentes en España:

- a) el 89,2% ha viajado alguna vez fuera de España.
- b) el 94,7% ha viajado alguna vez fuera de su comunidad autónoma.
- c) el 48,9% ha viajado alguna vez fuera de España.

4 Los viajes fuera del territorio español se deben básicamente:

- a) a los viajes por motivos de trabajo.
- b) a los viajes de negocios.
- c) a los viajes de placer.

5 Los hábitos turísticos de los españoles:

- a) son diferentes a los del resto de europeos, principalmente en lo referente a los viajes por motivos de trabajo.
- b) son similares a los del resto de europeos, principalmente en lo referente a los viajes por motivos de trabajo.
- c) son iguales a los del resto de europeos, principalmente en lo referente a los viajes por motivos de trabajo.

6 En Navidad, más del 80% de los residentes españoles:

- a) viaja a casa de familiares y amigos de su provincia.
- b) viaja fuera de su municipio.
- c) se queda en casa.

7 Luis es un empresario de 38 años de edad, es economista, habla tres idiomas y tiene un máster de negocios. Seguramente,

- a) nunca ha viajado fuera de su comunidad autónoma.
- b) nunca ha viajado fuera de su municipio.
- c) ya ha viajado varias veces fuera de España.

8 Según el texto, no es posible establecer una relación entre los hábitos turísticos y...

- a) la edad.
- b) el sexo.
- c) el nivel de estudios.

9 El perfil típico de un residente español que ha viajado fuera de España es

- a) el de un hombre mayor de 50 años, de estudios medios y renta alta.
- b) el de una mujer de 30 años, con un nivel de estudios alto.
- c) el de una estudiante de 16 años con notas muy altas.

10 Clara es una mujer casada, de edad indeterminada y que vive de rentas,

- a) seguramente, nunca ha viajado fuera de su municipio.
- b) seguramente, nunca ha viajado fuera de España.
- c) no es posible determinar sus hábitos turísticos a partir de los datos indicados.

FICHA 1.3. TURISMO RECEPTOR ESPAÑOL

1. Lee el texto y complétalo con una de estas palabras:

destino

cuota

datos

impulso

sede

incremento

actividad

El turismo

17



España es el segundo país del mundo que recibe más turistas extranjeros, según **11** de la Organización Mundial de Turismo, tan solo por detrás de Francia, y disfruta de una **42** del 7% del turismo mundial, por delante de Estados Unidos e Italia.

Entre enero y noviembre del año pasado recibió un total de 52,4 millones de turistas extranjeros, un 6,2% más de los registrados en el mismo periodo del año anterior, según datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Cataluña es el primer **33** turístico de España. Los 13,2 millones de turistas que recibió suponen un 25,3% del total de las llegadas registradas en toda España, y representan un **14** del 12,7% respecto al mismo periodo del año anterior. El segundo destino turístico de España son las Islas Baleares, que recibieron 9,4 millones de turistas los once primeros meses del año. Las Islas Canarias, con 8,6 millones de turistas, son el tercer destino turístico por delante de Andalucía, que alcanzó los 7,6 millones y la Comunidad Valenciana, con 4,8 millones.

La **31** turística de Madrid, importante como en otra capital europea, cobra nuevo **14** al acoger hoy día la **17** de la Organización Mundial de Turismo.

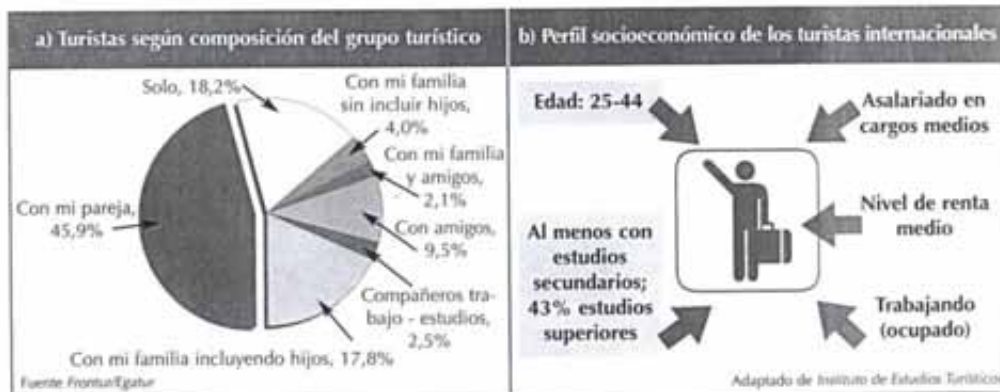
Según las previsiones de la Organización Mundial de Turismo, la llegada de turismo extranjero a España crecerá una media del 5% anual en los próximos veinte años, lo que hace prever que España recibirá 75 millones de turistas extranjeros en el año 2020.

Adaptado de varias fuentes

- Después de haber trabajado las actividades anteriores, escribe un texto sobre el turismo emisor y receptor de tu país. Indica las temporadas altas de algunas ciudades y pueblos de tu país y argumenta las causas. Si es necesario consulta los datos en Internet.
- Presenta a toda la clase la información recogida.

FICHA 1.3.1. HÁBITOS TURÍSTICOS DEL VISITANTE INTERNACIONAL

- Interpreta los siguientes gráficos de los hábitos de los turistas extranjeros y compáralos con los datos de la ficha 1.2.1.
- Busca las similitudes y las diferencias.



3. Los visitantes extranjeros, ¿nos conocen bien? ¿Crees que los turistas que nos visitan conocen nuestros horarios y costumbres?

———— Cuestionario para responder antes de viajar a España ————

En parejas:

a) Escribe tu respuesta y la que te dé tu compañero.

Pregunta	Tu respuesta	Respuesta de tu compañero
1. ¿Cuál es la moneda en España?		
2. ¿Qué idiomas se hablan en España?		
3. ¿Qué debe saber en el caso de una reclamación en un servicio turístico?		
4. ¿Las propinas son obligatorias?		
5. ¿Dónde cambiar divisas?		
6. ¿A qué hora abren los comercios?		
7. ¿Qué hora es en España?		
8. ¿Cuáles son las temperaturas medias en España?		

Adaptado de Turespaña

4. Observa el siguiente gráfico y presenta a la clase las conclusiones a las que llegues a partir de él y del texto anterior.

Turistas según número de visitas anteriores



Fuente: Frontur/Egatur

El turismo

19

FICHA 1.4. LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

1. Lee el texto siguiente dos veces.



Los beneficios económicos del turismo

El turismo internacional es el primer sector de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. El turismo es un importante generador de empleo, que da trabajo a millones de personas en el mundo.

Los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país e incentiva a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de emigrar a ciudades ya superpobladas.

Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría de las cuales ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales, al mismo tiempo que las de los turistas.

La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de los impuestos.

El medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos y crean parques naturales para atraer a los visitantes. Al tiempo que aumenta el turismo, aumenta también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia. Entonces nacen nuevos aeropuertos, carreteras, puertos deportivos, plantas de tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de agua y decenas de otros adelantos, que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales, desde el acceso al agua potable hasta unas comunicaciones más rápidas.

Lo más importante: el turismo concierne al ser humano, enriquece a través de la cultura y de la sensibilización medioambiental y social, promueve la apertura y la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempo juntos, ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones y tiende puentes.

Adaptado de <http://www.world-tourism.org>

2. Sin consultar el texto anterior, finaliza las frases siguientes extraídas del mismo.

- a) El turismo internacional es el primer sector de...
- b) Los viajes y el turismo fomentan enormes...
- c) La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos...
- d) El medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran...
- e) Lo más importante: el turismo concierne al...



Tr

FICHA 1.5. ÉTICA Y TURISMO: EL TURISTA RESPONSABLE

El Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) es un **conjunto amplio de principios** elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y cuyo propósito es orientar a los agentes interesados en el desarrollo del turismo: los gobiernos centrales y locales, las comunidades autóctonas, el sector turístico y sus profesionales y los visitantes, tanto internacionales como nacionales.

1. ¿Crees que existe alguna relación entre ética y turismo?
2. ¿Por qué piensas que la OMT decidió establecer un código ético mundial para el turismo? ¿Crees que es importante? ¿Por qué sí/no?
3. Lee el texto siguiente:

El Código Ético Mundial para el Turismo crea un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial al alba del nuevo milenio. Su texto se ha inspirado en numerosas declaraciones y códigos profesionales similares que lo precedieron, y a los que añade nuevas ideas que reflejan el incesante cambio de nuestra sociedad en el comienzo del siglo XXI.

Ante la previsión de que el turismo internacional llegue casi a triplicar su volumen en los próximos veinte años, los miembros de la Organización Mundial del Turismo están convencidos de que el Código Ético Mundial para el Turismo es necesario para ayudar a minimizar los efectos negativos del turismo en el medioambiente y en el patrimonio cultural, al tiempo que se aumentan al máximo sus beneficios para los residentes de los destinos turísticos.

El Código Ético Mundial para el Turismo aspira a ser un documento vivo. Léalo. Delo a conocer. Participe en su aplicación. Solamente con su cooperación lograremos proteger el futuro del sector turístico y aumentar su contribución a la prosperidad económica, a la paz y al entendimiento entre todas las naciones del mundo.

Adaptado de Francesco Frangialli, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo

4. Según el texto anterior, ¿qué objetivos tiene el Código Ético Mundial para el Turismo?
5. La OMT aprobó en diciembre de 2005 por una resolución el texto "El turista y viajero responsable", que se basa en el Código Ético mencionado en las actividades anteriores. En este texto se incluyen los conceptos siguientes. ¿Podrías explicarlos? ¿Cuál de ellos piensas que se refiere a los efectos negativos del turismo?

tolerancia diversidad explotación protección del hábitat comercio justo

6. A partir del vocabulario anterior, ¿cuál crees entonces que es el contenido de ese texto?
Escribe los principios que se refieren al turismo responsable.
7. Para difundir el texto a los turistas de todo el mundo, la OMT publicó un folleto con las siguientes recomendaciones. Con tu compañero, relaciona las frases de ambas columnas:

El 1.º

2.º

1. Ábrase a las culturas y tradiciones distintas de las suyas:

2. Respete los derechos humanos:

3. Proteja la flora y la fauna silvestres y su hábitat:

4. Respete los recursos culturales:

5. Su viaje puede contribuir al desarrollo económico y social:

6. Antes de salir de viaje, infórmese sobre la situación sanitaria efectiva de su destino y sobre el acceso en él a servicios consulares y de emergencia:

a. no compre productos elaborados a partir de plantas o animales en peligro.

b. compre artesanía y productos locales para apoyar la economía del lugar, y atégase a los principios del comercio justo.

c. se ganará el respeto de la población local, y esta lo acogerá más fácilmente.

d. y asegúrese de que su salud y su seguridad personal no correrán peligro.

e. cualquier forma de explotación vulnera los objetivos fundamentales del turismo.

f. las actividades turísticas deben practicarse con respeto por el patrimonio artístico, arqueológico y cultural.

1	2	3	4	5	6

8. ¿Coinciden tus suposiciones sobre el texto con el contenido del mismo? ¿Te consideras un turista responsable? ¿Conoces ejemplos de turistas irresponsables?

9. Por parejas, preparad un *role-play* en el que uno de vosotros represente a un turista responsable, mientras el otro represente a un turista irresponsable. Escribid un pequeño diálogo que representaréis después ante la clase.

FICHA 1.6. LOS MEJORES PARA VIAJAR

1. Responde las siguientes preguntas y comenta tus respuestas con tus compañeros.

a) En tu opinión, como destino de viaje, ¿cuál crees que es el mejor país? ¿Y la mejor ciudad del mundo?

b) ¿Has viajado a alguna ciudad española? ¿Cuál prefieres como destino de viaje?

c) Cuando vas a viajar, ¿tienes alguna aerolínea favorita? ¿Alguna española?

d) ¿Tienes un hotel favorito en el que te hayas alojado? ¿Y en España?

2. A continuación te presentamos el resultado de una encuesta en la que participaron un total de 3150 participantes, un 66,1% hombres y un 33,9% mujeres, de 26 países diferentes y de 16 nacionalidades diferentes. Con sus votos a lo largo de varios meses, eligieron los mejores destinos, establecimientos y empresas del sector turístico.

Mejor país

Ranking	País	% Votos
1	Italia	16,07%
2	Francia	10,93%
3	México	6,25%
4	Estados Unidos	6,02%
5	Argentina	4,68%

Mejor ciudad del mundo

Ranking	Ciudad	% Votos
1	París	15,76%
2	Nueva York	9,23%
3	Londres	6,98%
4	Praga	6,30%
5	Roma	5,63%

Mejor ciudad de España

Ranking	Ciudad	% Votos
1	Barcelona	18,77%
2	Madrid	16,19%
3	San Sebastián	8,92%
4	Granada	8,68%
5	Sevilla	6,33%

Mejor aerolínea del mundo

Ranking	Compañía	% Votos
1	British Airways	15,57%
2	Air France	11,07%
3	Lufthansa	10,03%
4	KLM	7,26%
5	Thai Airways	6,92%

Mejor aerolínea española

Ranking	Compañía	% Votos
1	Iberia	70,95%
2	Spanair	18,56%
3	Air Europa	7,78%
4	Air Nostrum	2,93%

Mejor hotel del mundo

Ranking	Hotel	% Votos
1	Nacional de Cuba (La Habana)	4,31%
2	La Mamounia (Marrakech, Marruecos)	3,95%
3	Ritz París	3,59%
4	The Waldorf Astoria (Nueva York)	2,51%
5	Llao Llao Hotel & Resort (Bariloche, Patagonia argentina)	2,15%

Mejor hotel en España

Ranking	Hotel	% Votos
1	Hotel Arts Barcelona	6,09%
2	Hotel Ritz Madrid	3,96%
3	Gran Meliá Bahía del Duque (Costa Adeje, Tenerife)	3,65%
4	Alfonso XIII (Sevilla)	2,43%
5	Westin Palace Madrid	2,13%

Adaptado de elmundoviajes.com

El turismo 23

3. Compara los resultados con tus respuestas. ¿Hay alguno que te sorprenda?
4. En vuestra opinión, ¿por qué los encuestados eligieron esas ciudades, hoteles y aerolíneas? ¿Creéis que tienen algo en común?
5. ¿Cuáles crees que serían los resultados si se hiciera la encuesta sobre los mejores ciudad, hotel y aerolínea de tu país? Explica los posibles resultados a tus compañeros.
6. Escribe un breve párrafo en que se expliquen los posibles resultados sobre tu país.



ACTIVIDADES RECOPILOTARIAS

Completad la siguiente encuesta:

- a) Responde a la encuesta.
- b) Formula esas preguntas a tu compañero.

1. ¿Con qué frecuencia viajas?	9. ¿Qué beneficios ofrece la empresa de viajes, tanto a la empresa como a ti, privadamente?
2. ¿Cuáles son los destinos más habituales?	10. Cuando vas de vacaciones, ¿eliges destinos conocidos en los viajes de negocios? ¿Eliges los mismos hoteles u otro tipo de establecimientos?
3. ¿Cuáles son los destinos más esporádicos?	11. ¿Qué medios de transporte eliges en tus viajes privados o de ocio?
4. Duración de las estancias:	12. ¿Dónde sueles comer? ¿Eliges menú o carta?
5. ¿Dónde te alojas? (Si es hotel, indicar categoría)	13. ¿Qué medio de transporte utilizas en el lugar de destino, público o privado?
6. ¿Cómo viajas? (Medios de transporte más utilizados)	14. ¿Varían mucho los horarios con respecto a tu lugar de origen?
7. ¿La empresa trabaja con alguna agencia de viajes en exclusiva?	15. ¿Debes adaptarte a muchas variaciones de costumbres? ¿Por ejemplo...?
8. ¿Qué tipo de beneficios te ofrece la empresa por viajar?	

Adaptado de Rosie Lawhorn para *Sapnish Infovia*

- c) Discute con tus compañeros las respuestas dadas.
- d) ¿Cuáles consideráis las preguntas más interesantes para comentar con personas de distintos países?
- e) ¿Qué preguntas añadiríais o eliminaríais de la encuesta? Argumentad los motivos.

Anexo 9: Material 7

Sección A Presentar un hotel

1 El hotel

Léxico

- Instalaciones y servicios de un hotel
- Las habitaciones
- Tipos de alojamientos

Funciones

- Expresar ubicación y distancias
- Describir un hotel

Gramática

- Los acentos
- *Ser y estar*
- *Hay y estar*



Oliva Nova ****

Avda. de los Pilares - Oliva (Valencia)
Tel: +34 962 857 500 - Fax: +34 962 857 502

Situado en la zona residencial de Oliva y a 400 metros de la playa, el hotel dispone de 242 habitaciones con baño con secador de pelo, TV vía satélite, música ambiental, aire acondicionado, teléfono, minibar, terraza y caja de seguridad.

Cuenta con restaurante, salas de conferencias, jardín, piscina exterior para adultos y niños, 2 pistas de tenis, 2 campos de fútbol y aparcamiento. Completa sus instalaciones con un centro de salud y belleza que dispone de piscina dinámica con jacuzzi, 2 saunas, baño turco y gimnasio.



Hotel La Costa****

Avda. Richard J. Yeoward, 1 - Puerto de la Cruz (Tenerife)
Tel: +34 922 381 200 - Fax: +34 922 381 210

Ubicado a pocos pasos del mar, con acceso directo a la playa a través de sus jardines, dispone de un total de 342 habitaciones con baño completo, secador de pelo, albornoz, teléfono, aire acondicionado, caja fuerte (en alquiler), hilo musical, TV vía satélite, minibar, balcón o terrazas y algunas habitaciones con ventilador en el techo.

Se completa con bares, salones, restaurante, peluquería, tiendas de souvenirs, piscina y gimnasio.

Hotel Sidi San Juan****

Playa de San Juan - San Juan (Alicante)
Tel: +34 965 161 100 - Fax: +34 965 163 146

Situado en primera línea de playa, cuenta con 176 habitaciones con vistas al mar, de ellas 4 suites, baño con secador de pelo, aire acondicionado/calefacción, TV vía satélite con canal de vídeo, minibar, teléfono, caja fuerte y terraza. Se completa con 2 piscinas, 4 pistas de tenis, restaurante, bar cafetería, salones, zona para niños con monitora en julio y agosto y centro de belleza y relax.



2 dos



Lee los anuncios de los hoteles y luego indica...

a. dónde está el hotel *Olivá Nova*.



a.



b.



c.

b. con qué instalaciones cuenta el hotel *La Costa* (marca con una ✓) y de qué disponen las habitaciones del hotel *Sidi San Juan* (marca con una ✗).

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Con la ayuda del texto y de tu profesor traduce al italiano.

habitación	pista de tenis
aire acondicionado	gimnasio
albornoz	tiendas de souvenirs



3. Y ahora escucha la descripción del hotel *VilaVita* y luego di si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas (si son falsas explica el porqué).

- a. El hotel se encuentra en el centro de la ciudad.
 V F
- b. El hotel está situado en una ciudad árabe.
 V F
- c. Las habitaciones son grandes.
 V F
- d. El hotel cuenta con un restaurante.
 V F
- e. Los clientes pueden dejar el coche en el aparcamiento o en el garaje.
 V F



LÉXICO

Instalaciones y servicios de un hotel

4. Escribe a qué corresponden los siguientes símbolos.

5. Y ahora busca las definiciones en la sopa de letras que tienes aquí abajo. Las letras que sobran indicarán una característica de un hotel de estilo rústico.

```

G P S C A F E T E R I A
I U I E L C R O M E P D
M E N B A R E O R A I C
N R E D S E S C R R S O
A T T O E A T C M E C N
S A L A U I A A P U I E
I S L N E M U M J N N C
O E A N I F R P A I A T
T A D E L C A O R O O A
N A N O U N N A D N C D
S T G H I M T E I E N A
O P I S T A E E N S A S
    
```

¡Acuérdate!

- La caja fuerte se llama también *caja de seguridad*.
- La terraza es más grande que el balcón; en la terraza se suele encontrar una mesa con unas sillas.
- Los hoteles pueden contar también con: habitación triple, de matrimonio (con cama matrimonial) y suites.
- La capacidad de las salas de reuniones se indica con el número de **asientos**. Solo *Azzurra* con 50 asientos.
- Una habitación dispone también de: teléfono, televisión vía satélite o antena parabólica, baño con ducha y jacuzzi (o bañera con hidromasaje).
- Si la terraza o el balcón tienen vista panorámica la expresión es **con vistas a/sobre**:

Terraza con vistas a la playa.
Terraza con vistas sobre la playa.



¡Ojo!

Fíjate en el cambio de géneros entre el español y el italiano:

- | | |
|-------------------------|------------------|
| - el aire acondicionado | - la calefacción |
| - la cama | - el gimnasio |
| - la chimenea | - la tienda |
| - el comedor | |

Las habitaciones

6. Relaciona cada palabra con su definición.

- | | | |
|----------------------------|---|---|
| a. habitación individual | 1. sirve para dejar dinero y objetos de valor <input type="checkbox"/> | 6. habitación con dos camas individuales <input type="checkbox"/> |
| b. habitación doble | 2. aparato para calentar la habitación <input type="checkbox"/> | 7. bebidas en la habitación <input type="checkbox"/> |
| c. aire acondicionado | 3. aparato para secarse el pelo <input type="checkbox"/> | 8. parte de la habitación abierta al exterior <input type="checkbox"/> |
| d. calefacción | 4. habitación para una sola persona <input type="checkbox"/> | 9. habitación con salón <input type="checkbox"/> |
| e. minibar | 5. aparato para crear calor o fresco, según la temporada <input type="checkbox"/> | 10. bañera con hidromasaje <input type="checkbox"/> |
| f. televisión vía satélite | | 11. aparato para hablar a distancia con otra persona <input type="checkbox"/> |
| g. secador de pelo | | 12. televisión con antena parabólica <input type="checkbox"/> |
| h. terraza | | |
| i. suite | | |
| l. teléfono | | |
| m. jacuzzi | | |
| n. caja fuerte | | |

4 cuatro



7. ¿A qué se pueden referir los siguientes adjetivos o expresiones? Colócalos en las columnas correspondientes.

*totalmente renovado * moderno * central * cómodo * amplio * luminoso * antiguo
remontarse * fácil de alcanzar * familiar * de estilo rústico * tradicional * bien situado
encantador * tranquilo * sugestivo * acogedor * agradable*

ESTRUCTURA Y AMBIENTE	UBICACIÓN	HABITACIONES
.....
.....
.....
.....

¿Se te ocurren otros adjetivos? Añádelos a las listas.

8. Y ahora encuentra adjetivos para describir estas imágenes.



Tipos de alojamientos

9. Une las abreviaturas a los regímenes correspondientes y a sus definiciones.

ABREVIATURA	RÉGIMEN	DEFINICIÓN
A	Alojamiento y desayuno	El precio incluye la habitación, el desayuno y las dos comidas.
AD	Pensión completa	El cliente puede sólo dormir en el hotel.
MP	Todo incluido	El cliente puede disfrutar de todos los servicios del hotel.
PC	Sólo alojamiento	En el precio están incluidos la habitación, el desayuno y una comida (almuerzo o cena).
TI	Media pensión	El cliente puede dormir y desayunar en el hotel.

¡Acuérdate!

Verbos y sustantivos:

- desayunar / desayuno
- almorzar / almuerzo
- cenar / cena
- comer / comida

Para no crear confusión, es mejor emplear la palabra comida sólo para indicar pasto.

¡Ojo!

Fíjate en el cambio de géneros entre el español y el italiano:
- el desayuno
- la comida.

FUNCIONES

Expresar ubicación y distancias

Para describir un hotel, lo primero que hay que mencionar es dónde está situado y a qué distancia se encuentra con respecto a lugares de interés público, como por ejemplo la estación de trenes y el aeropuerto.

Los verbos para indicar la ubicación y las distancias son: *estar, estar situado, estar ubicado, ubicarse, encontrarse.*

• Expresiones para indicar la ubicación:

el hotel...	<i>está...</i>	<i>en el casco antiguo / en el centro de la ciudad</i>
	<i>está situado...</i>	
	<i>está ubicado...</i>	<i>en primera línea de la playa</i>
	<i>se ubica...</i>	
	<i>se encuentra...</i>	<i>en el corazón del centro residencial...</i>



Observa el cambio de preposiciones:
para la ubicación → **en**
para la distancia → **a**

Sustantivos:

- la ciudad: *la città* (Milán, Venecia)
- el pueblo: *il paese* (San Gimignano)
- el país: *la nazione* (Italia, España)

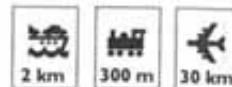
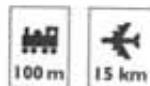
• Expresiones para indicar la distancia:

el hotel...	<i>está...</i>	<i>a pocos pasos de...</i>
	<i>está situado...</i>	
	<i>está ubicado...</i>	<i>a unos metros/kilómetros de...</i>
	<i>se ubica...</i>	
	<i>se encuentra...</i>	<i>a cinco minutos andando de...</i>

➤ Sugerencias

- Claro que la "cantidad" de metros, pasos o minutos puede variar: pocos, muchos, algunos, unos, diez, veinte, etc.
- Observa que el gerundio **andando** sustituye la expresión italiana *a piedi*.

10. Observa las imágenes siguientes: describe cada una usando por lo menos cinco adjetivos e indicando ubicación y distancias.



6 seis



Describir un hotel

Como has visto en los anuncios iniciales, tras mencionar la ubicación hay que hablar de sus habitaciones e instalaciones. En la descripción de un hotel los verbos más empleados son:

- tener
- contar con
- disponer de
- completarse con

Hablando de las habitaciones se emplea mucho la expresión *equipadas con...*

Al hablar de un hotel se suele mencionar también los regímenes que propone. Los verbos para esto son: *proponer, ofrecer.*



Acuérdate también de la preposición que rige cada verbo. Es importante que aprendas todas estas expresiones para evitar repeticiones en tu descripción.

Sugerencias

- El verbo *tener* no se utiliza mucho en los folletos o anuncios publicitarios, sin embargo no es un error emplearlo.
- El verbo *completarse* siempre se utiliza al final de la descripción. Una variante no reflexiva de este verbo se encuentra en la expresión *Completa sus instalaciones con...*

11. Completa según convenga.

- a. El hotel de un restaurante abierto todo el día.
- b. El establecimiento, en el corazón de la ciudad, con un aparcamiento y dos piscinas.
- c. Las habitaciones están equipadas aire acondicionado, caja fuerte y baño.
- d. El restaurante dispone un amplio comedor con chimenea.
- e. El hotel cuenta una sala de reuniones con 50 asientos.
- f. El conjunto se con un campo de golf.
- g. régimen de media pensión o pensión completa.

12. Busca los 10 errores y corrígelos volviendo a escribir el texto correcto.

El hotel se encuentra en el casco antiguo del pueblo y está a pocos pasos de la estación de trenes. Cuenta de 86 habitaciones, muchos con vista a la playa, todas disponen de aire acondicionada, caja fuerte, balcón, baño con secador, bañera y ducha. El establecimiento se completa de aparcamiento, dos picinas, palestra y campo de tenis. Ofrece régimen de media pensión.

.....

.....

.....

.....

FUNCIONES

13. Escucha la descripción del hotel *Plaza* y completa la información que falta.



Hotel Plaza**

Plaza del Pilar, 2
22466 Castejón de Sos (Huesca)
Tel: +34 974 55 30 50 Fax: +34 974 55 38 15

Ubicación:

Ambiente: tranquilo y familiar.

Habitaciones:

otros:

Servicios e instalaciones:

otros:

Régimen: MP, otros:

14. Describe estos hoteles (puedes añadir cualquier información).

Hotel Palacio del Mar****
Avda. Cantabria, 5
39012 Santander



100 m	94				

Hotel Infanta Isabel***
Plaza Mayor, 12
40001 Segovia



2 km	56				

Hotel Parador Fuente Dé****
39588 Fuente Dé
Cantabria



20 km	24				

NH Gran Hotel Zaragoza****
c/ Joaquín Costa, 5
50001 Zaragoza
Aragón



2,6 km	116				

¿No conoces las ciudades y los pueblos de los hoteles?

➔ Parte tercera, Sección E, Unidad 14: España más de cerca, p. 174.

8 ocho



15. Busca el folleto de un hotel de tu pueblo o ciudad y prepara una descripción (cuidado: ¡no hace falta que traduzcas el folleto!). Luego entrégale a tu profesor el folleto y tu descripción.

16. Escucha el diálogo entre Amelia y Juan y di si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas (si son falsas explica el porqué).

a. El hotel está cerca del mar.

V F

b. Juan opina que el hotel está bien situado.

V F

c. A Amelia le gusta mucho el hotel porque tiene un ambiente muy refinado.

V F

d. Amelia querría llevarse a su perro pero no admiten animales.

V F

e. Juan está interesado porque quiere jugar al tenis.

V F

f. Al final deciden ir al hotel.

V F



PARTE PRIMERA

17. Trabajo de grupo: con tus compañeros prepara la descripción de un hotel.

Pensad en un establecimiento ideal para una situación real: una excursión, unas vacaciones maravillosas, un viaje de negocios, un viaje de novios, etc. Luego, presentadlo a la clase indicando: ubicación, distancias, instalaciones, servicios y regímenes. Cuando expongan los demás grupos, rellena la ficha que tienes a continuación y haz también preguntas (por ejemplo: *¿Se puede nadar en ese hotel? ¿Se puede ir de compras? ¿Está lejos del aeropuerto?*).

UBICACIÓN Y DISTANCIAS	AMBIENTE Y ESTRUCTURA	HABITACIONES	DESCRIPCIÓN DE LAS HABITACIONES	INSTALACIONES	RÉGIMEN
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



GRAMÁTICA

Los acentos

Para no equivocarte en los acentos, tienes que seguir SIEMPRE estos "pasos":

- oír dónde cae el acento tónico;
- dividir la palabra en sílabas (ten en cuenta que cada vocal corresponde a una sílaba);
- según la sílaba tónica distinguir entre
 - palabra aguda
 - palabra llana
 - palabra esdrújula
 - palabra con diptongo
 - palabra con hiato
 - palabra monosilábica o monosílabo
 - exclamativos e interrogativos
- seguir la regla correspondiente a cada tipo de palabra para decidir si convertir el acento tónico en tilde.

Sugerencia

Para estudiar los acentos en español tienes que saber qué significa acento tónico y acento gráfico (o tilde). Si esta diferencia no está clara, preguntala a tu profesor.

Ahora vamos a estudiar la regla básica de los acentos españoles: las palabras agudas, llanas y esdrújulas.

La regla básica

Al dividir la palabra en sílabas puedes encontrar palabras agudas, llanas o esdrújulas. Observa el esquema que te explicará qué significan estas definiciones y cuándo poner la tilde sobre estas palabras.

¡Acuérdate!: ¡cuenta las sílabas a partir del final de la palabra!

QUÉ ES	DEFINICIÓN	REGLA DE LA TILDE	EJEMPLOS
Palabra aguda <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Es la palabra cuyo acento tónico cae en la primera sílaba.	Se pone el acento gráfico <u>sólo</u> cuando la palabra acaba por vocal, -n, -s.	se-ca-dor; e-stá; ho-tel; ca-lle-jón
Palabra llana <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Es la palabra cuyo acento tónico cae en la segunda sílaba.	Se pone el acento gráfico <u>sólo</u> cuando la palabra no acaba por vocal, -n, -s.	pis-ci-na; cóc-tel; ga-ra-je; con-se-jo
Palabra esdrújula <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Es la palabra cuyo acento tónico cae en la tercera sílaba.	Se pone <u>siempre</u> el acento gráfico.	te-lé-fo-no; ré-gi-men; Mé-xi-co; lám-pa-ra

18. Lee estas palabras e indica dónde cae el acento tónico (subraya la vocal).

numero * jardín * cama * desayuno * ordenador * azúcar * atmosfera * salón
comida * música * mayo * papel * Mendez * ciudad * reservar * oferta

a. Ahora coloca cada palabra en la línea correspondiente, según convenga.

aguda

llana

esdrújula

b. Pon la tilde donde convenga.

19. Pon la tilde donde sea necesario (en tu cuaderno repite los pasos del ejercicio anterior).

facil * baño * musical * satélite * ascensor * folleto * parrafo * titulo
proponer * tenis * cafe * sofa * apellido * calle * regimen * final

10 diez



Los acentos: diptongos, hiatos, monosílabos e interrogativos

Un **diptongo** es la unión de una vocal débil (*i - u*) y una fuerte (*a - e - o*). Cuando encuentras un diptongo acuérdate de que **NO** puedes dividir las vocales, o sea un diptongo corresponde a una sílaba:

Italia = *I-ta-lia* = palabra llana, no lleva acento
□■□

Esto significa que las palabras con diptongos siguen la regla básica.

Pero cuando el acento tónico cae sobre la vocal débil de un diptongo la unión de las vocales se llama **hiato** y las vocales se separan. Sin embargo, no hace falta dividir la palabra en sílabas porque cuando se produce un hiato se pone **siempre** la tilde:

cafetería (aunque la palabra es llana y acaba con vocal).

La regla de los **monosílabos** dice que nunca llevan acento: *mes - bien*.

Sin embargo, hay monosílabos que tienen **dos significados**: en este caso, uno de los dos lleva acento para distinguir el significado. Aquí están los principales:

- (para mí) **mí** ≠ **mi** (mi perro); (tu perro) **tu** ≠ **tú** (tú eres Juan); (el perro) **el** ≠ **él** (él es Juan); (si puedes) **si** ≠ **sí** (sí, estoy de acuerdo); (libro de español) **de** ≠ **dé** (dé las llaves); (Juan se olvidó) **se** ≠ **sé** (sé que no va a venir); (a ti no te gustan) **te** ≠ **té** (el té no me gusta);
- **más** lleva acento con el significado de *più*; sin tilde es sinónimo de *pero*, sin embargo hoy en día *mas* no se usa;
- **sólo** lleva acento cuando significa *soltanto*.

Los **exclamativos** y los **interrogativos** *qué, quién, cuándo, cuánto, cómo, dónde* (en preguntas directas e indirectas) siempre llevan **acento**:

¿Cuándo vienes a verme?
No sé cuándo viene a verme.

- Antes de acabar hay que mencionar los adverbios en *-mente*: llevan tilde sólo si el adjetivo del que proceden la lleva.
rápidamente = rápido + mente: rápido es palabra esdrújula, lleva acento por lo tanto lo lleva también el adjetivo compuesto.



- Por qué preguntas (¿Por qué estás enfadado?)
- Porque: causa (Estoy enfadado porque no está Juan)
- El porqué: sustantivo (No sé el porqué)

20. Paso a paso: a. subraya la vocal tónica; b. define cada palabra (aguda, llana, esdrújula, monosílabo, con diptongo, con hiato, adverbio); c. pon la tilde donde convenga.

*tren • habitacion • habitaciones • dos • veintidos • difícil • radio • aqui • lavandería
aparcamiento • débilmente • servicio • pues • leído • erróneo • diálogo*

21. Coloca la tilde donde convenga y luego compruébalo con tus compañeros (¡acuérdate de los "pasos"!).

- El conjunto ofrece entre sus instalaciones dos salas de reunion y una cafetería.
- Ademas pueden disfrutar de suites con balcon y television con antena parabolica.
- El hotel se completa con un restaurante, bar, salon con television y varios campos de deportes.
- El me ha dicho que ayer tu no estabas en tu habitacion.
- Para mi el hotel *Nacional* es muy caro, pero tiene muchos mas servicios que el *Plaza*.

Ser y estar

Como ya sabes, traducir al español el verbo *essere* puede representar un problema. No vamos a repasar todos los usos de *ser* y *estar* (ya que en la mayoría de los casos coinciden con el italiano, p.e. presentación, origen, material, gerundio, etc.); pero sí vamos a hacer hincapié en los casos que se alejan del italiano.

**¡Ojo!**

No te equivoques: si el verbo *essere* tiene sentido de tener lugar / desarrollarse entonces se traduce con el verbo **ser**.

La conferenza es en el aula Azzurra.
La conferenza è (= si svolge, ha luogo) nell'aula Azzurra.

Ubicación	Estar: se emplea cuando el verbo <i>essere</i> es sinónimo de <i>encontrarse</i> . <i>El hotel está en Madrid.</i>	Estar: indica el trabajo temporal: <i>Todavía no he encontrado mi trabajo, mientras tanto, estoy de camarero en este bar.</i>
Hablar de profesiones	Ser: indica la profesión de alguien: <i>Yo soy jefe de recepción.</i>	Estar: estado de ánimo o algo temporal, que puede cambiar o que ya ha cambiado: <i>La habitación está limpia.</i>
Con adjetivos	Ser: el carácter, la descripción física de una persona o cosa: <i>El hotel es moderno y barato.</i>	Estar: estado de ánimo o algo temporal, que puede cambiar o que ya ha cambiado: <i>La habitación está limpia.</i>

Ya sabes que hay muchísimos adjetivos que cambian de significado si van acompañados de *ser* o de *estar*; he aquí unos ejemplos:

- <i>El conserje es listo.</i>	listo	- <i>La habitación está lista.</i>
- <i>La conferencia es aburrida.</i>	aburrido	- <i>El recepcionista está aburrido.</i>
- <i>El recepcionista es muy atento.</i>	atento	- <i>Si no estáis atentos no entendéis.</i>
- <i>El conserje es alegre.</i>	alegre	- <i>Hoy el director está alegre.</i>

**¡Ojo!**

Con los adjetivos derivados de participios pasados siempre se usa el verbo *estar*.

El establecimiento está renovado.
La reserva está confirmada.

22. Completa con las formas de *ser* o *estar*, según convenga.

- Los clientes que llegan mañana japoneses.
- ¿Por qué el aire acondicionado apagado? - Porque estropeado.
- El director enfadado porque su despacho patas arriba.
- Tienes que más atento con los clientes, normalmente eres muy frío con ellos.
- ¿Dónde la reunión? - En la sala Verde. - ¿Y dónde esa sala?
- Aquí al lado.
- Este el señor Pérez: de conserje aquí hasta finales de agosto.
- En este período el hotel cerrado.
- Sevilla la capital de Andalucía y en el sur de España.
- ¿Cómo el hotel Miramar? - precioso, las instalaciones totalmente reformadas y además en el corazón de un parque maravilloso.
- Las clases de matemáticas aburridas.



23. Traduce al español.

- a. Il signor Rodríguez normalmente è molto gentile, ma oggi è arrabbiato. b. L'albergo è aperto tutto l'anno. c. Il signor Domínguez è in palestra in questo momento. d. Il parcheggio è grande. e. La stanza è pronta, dov'è il cliente?

Hay y estar

Cuando quieres traducir al español la expresión italiana *c'è / ci sono* tienes que elegir entre dos verbos: *hay* y *estar*. Las reglas para elegir uno u otro son muy fáciles:

Se emplea HAY con:

- artículos indeterminados
Hay un cliente allí que está esperando.
- números
Hay tres fichas sobre la mesa.
- partitivos
Hay muchos clientes en este período.
- Ø
¿Hay papeles allí?
- en las preguntas *¿Qué hay...?*
¿Qué hay sobre la mesa?
- nada
¿Qué hay? - No hay nada, ¿por qué?

Se emplea ESTAR con:

- artículos determinados
Está el señor Frías que espera al director.
- adjetivos posesivos
Están mis amigos.
- todo / todos y formas femeninas
Están todos los documentos del cliente aquí.
- adjetivos y pronombres demostrativos
Están estos clientes que preguntan por ti.
- nombres propios de personas
¿Están María y José?

**¡Ojo!**

Hoy es una forma impersonal antigua del auxiliar haber, por lo tanto para el resto de los tiempos verbales se usa la tercera persona singular de sus formas correspondientes:

hay tres gatos en el jardín - había tres gatos en el jardín - hubo tres gatos en el jardín - habrá tres gatos en el jardín.

24. Forma frases con un elemento de cada columna.

A	B	C
	Ø	en el hotel?
	mi colega	Ø
	un cliente	en el gimnasio?
¿Está	bebidas	en la recepción?
¿Hay	el señor Pérez	la piscina y la sauna?
¿Están	otros clientes	en la habitación?
	unos coches	en el garaje?
	una piscina	en el hotel?

25. Elige la forma correcta.

- a. En la habitación *está / hay / están* mucha ropa fuera del armario.
- b. ¿En el hotel *está / hay / están* un conserje que se llama Carlos?
- c. Al final del pasillo *está / hay / están* sus habitaciones.
- d. No *había / estaban / habían* habitaciones libres en julio.
- e. *Están / hay / está* dos compañeras tuyas que te esperan.
- f. No sé si *está / hay / están* los periódicos.
- g. ¿*Está / hay / están* alguna farmacia por aquí?



Anexo 10: Material 8



En esta unidad aprenderás a:

- Planificar un viaje.
- Organizar un itinerario.
- Describir una ciudad y un monumento.
- Dar consejos para un viaje.
- Opinar.

Comenzamos

Describe la foto

¿Qué es?

¿Qué simboliza?



Escucha el diálogo:



- ¿Tú qué piensas, Hans? ¿Desde dónde salimos?
- ▲ No sé; cuando yo lo hice, salí desde León.
- ¿Cómo llegaste a León?
- ▲ Pues, fui en avión hasta Madrid y de allí en tren hasta León; luego, caminé a Santiago; es parte del camino francés.
- ¿Cuánto tiempo tardaste?
- ▲ Una semana, pero hice bastantes paradas; paré en Rabanal del Camino, en Villafranca, en Triacastela, y por último en Palas de Rey, antes de llegar a Santiago.
- Pero también hay una ruta desde León a Oviedo y de ahí a Lugo y a Santiago ¿No?
- ▲ Sí, ese es el camino primitivo. Tiene unos 370 kilómetros. Me han dicho que es muy bonito, pero no lo conozco.
- ¿Te gustó la experiencia?
- ▲ Me encantó. Fue formidable. Conocí a gente muy interesante.
- ¿A otros peregrinos, como tú?
- ▲ Sí, los conocí en los albergues. Además, disfruté con los paisajes y la comida de las distintas regiones que atravesaba.
- ¿Ah, sí? ¿Qué tal está?
- ▲ ¿La comida? Humm... Excelente. Probé platos típicos de varias zonas y me parecieron deliciosos.

ocho

8

Turismo cultural y religioso

1

- ¿Resulta caro el viaje?
- ▲ Bueno, depende de lo que quieras hacer. Si duermes en un albergue y comes en restaurantes locales resulta muy barato, pero si prefieres pasar las noches en un hotel de lujo o en un parador y comer en restaurantes de cinco tenedores¹, puede costarte un ojo de la cara².

¹ De cinco tenedores: Calificación para los restaurantes más lujosos.

² Costar un ojo de la cara: Fam. Ser muy caro.

2 Marca con una cruz la respuesta correcta:

- a) ¿A dónde quieren ir Hans y Luis?
- A Lima. A Santiago de Chile. A Santiago de Compostela.
- b) ¿Cuántas veces hizo Hans el camino de Santiago?
- Una. Dos. Ninguna.
- c) ¿Dónde durmió Hans en su peregrinaje a Santiago?
- En albergues. En un Parador. En un hotel.

¡Te toca!

Lee el diálogo en voz alta con tu compañero. Después representad la situación sin leer el texto.

nueve

S



A La vida misma

- 3 Este es un mapa de España.
¿Cuántos caminos de Santiago se pueden hacer?



Comunicación

Describir un monumento

La catedral / iglesia	es	de estilo	modernista
El claustro / edificio			románico
La cúpula			gótico
El rosetón ...			neoclásico
		del siglo	XVI
		de	piedra / adobe
			metal / madera
			ladrillo
Las esculturas / pinturas	son	de	1530
Los tapices / frescos			Gaudi
			Dali

- 4 Averigua qué obras arquitectónicas y artísticas puedes encontrar en estas rutas. Escribe en tu agenda los tres lugares de este itinerario que más te interesen conocer y justifica el motivo.



Encontrarás abundante información en sitios como <www.caminosantiago.com>.

- 5 ¿Crees que el Camino de Santiago pertenece al turismo cultural o al religioso? Coméntalo con tus compañeros.



B Más que palabras

6 Observa las imágenes. ¿Qué tipo de templos son estos?



7 a) Lee las siguientes palabras. ¿Te recuerda alguna a otra de tu lengua? Busca en el diccionario las que no comprendas.

- | | | |
|------------|------------|-----------------|
| a. Torre | f. Rosetón | K. Cúpula |
| b. Altar | g. Fachada | l. Botafumeiro |
| c. Arco | h. Campana | m. Columnas |
| d. Coro | i. Órgano | n. Nave central |
| e. Gárgola | j. Capitel | |

b) Empareja las palabras de (a) con las siguientes imágenes.



once



C En contexto

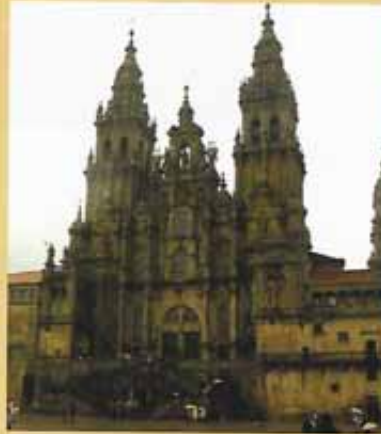
- 8 Lee el siguiente folleto turístico sobre Santiago de Compostela y subraya el nombre de los monumentos que aparecen en él.

Año Santo Compostelano 2004

Oferta fin de semana:
Sólo 150 € por persona

Incluye:

- Viaje en avión, clase turista.
- Alojamiento noche del sábado en el parador **Hostal de los Reyes Católicos** en régimen de media pensión.
- **Visita guiada a la ciudad y sus monumentos.**



- ✦ Conozca la mundialmente famosa catedral de Santiago, uno de los monumentos románicos más importantes de España. Se comenzó a construir en el siglo IX cuando descubrieron el sepulcro del Apóstol Santiago en ese lugar.
- ✦ Ponga un pie en el kilómetro 0 de todos los caminos a Santiago que se encuentra en la plaza del Obradoiro. En esta plaza se puede contemplar la fachada barroca de la catedral, entre el museo y el palacio de Gelmírez.
- ✦ Admire el palacio de Rajoy, construido por el arzobispo Rajoy para albergar el ayuntamiento.
- ✦ Disfrute del alojamiento en el magnífico Hostal de los Reyes Católicos, joya de estilo plateresco que sirvió antiguamente de albergue para los peregrinos desde el siglo XVI, posteriormente de hospital y de escuela de medicina, hasta que en 1956, se convirtió en un parador de turismo de gran lujo.

- 9 Lee de nuevo el folleto y contesta las preguntas siguientes:

- ¿Cuántas noches incluye esta oferta?
- ¿Qué tipo de alojamiento ofrece?
- ¿Están incluidas las comidas?
- ¿Cuál es la historia del Hostal de los Reyes Católicos?

- 10 Observa los términos y expresiones que se utilizan en los folletos. ¿Qué tiempo verbal es el más utilizado? ¿Qué tipo de adjetivos se emplean?

doce

D Escucha

11 Escucha la presentación que hace un guía de la catedral de Santiago de Compostela y ordénala.



- 1 Pasen por aquí, por favor.
- 2 Coloquen la mano sobre la huella.
- 3 Este es el Pórtico de la Gloria, del Maestro Mateo.
- 4 En el parteluz pueden ver al apóstol Santiago con la Sagrada Escritura en la mano derecha y el bordón de peregrino en la izquierda.
- 5 Estas columnas representan a los apóstoles, evangelistas y patriarcas que llevan la fe a los peregrinos.
- 6 Admiren los arcos de las tres enormes puertas sustentados sobre cuatro pilares con estas estatuas-columna.

12 Lee estos útiles consejos para peregrinos que hacen el camino a pie. ¿A qué se refieren? Relaciónalos con los objetos.

Si vas a pie no olvides llevar:

- a. Calzado cómodo. Lo mejor son las zapatillas de deporte o las botas.
- b. Calcetines de fibras naturales. Lleve varios pares por si no puede lavarse en los albergues.
- c. Crema.
- d. Saco de dormir y esterilla aislante.
- e. Comida energética, como frutos secos, barritas de proteínas o chocolate.
- f. Agua.
- g. Chubasquero o capa para la lluvia.
- h. Bordón o vara de caminante.
- i. Vieira o concha de peregrino para identificarse.
- j. Sombrero o gorro.
- k. Aparato de fotos y vídeo.
- l. Tarjeta de crédito, por si le hace falta comprar algo.



trece

13



E Nuestro mundo

- 13 a) Mira las siguientes imágenes. ¿Cómo se llaman estos lugares? Escríbelo debajo de cada foto.



- La Meca.
- El Muro de las Lamentaciones.
- La Sagrada Familia.
- El templo de Wat Po de Bangkok.

- b) ¿A qué religiones los asocias? Coméntalo con tu compañero.

- Judaísmo.
- Shintoísmo o budismo.
- Cristianismo.
- Islamismo.

- c) Elige para viajar uno de esos lugares y busca en la clase a un compañero que haya elegido un lugar diferente al tuyo.

- d) Tu compañero va a ir solo a ese lugar; dale consejos sobre qué llevar en el viaje.

Puedes utilizar las siguientes expresiones:

- No olvides llevar ...
- Tienes que llevar ...
- Te conviene llevar ...
- Es importante llevar ...
- Recuerda llevar ...

F Profesionales

- 14 Escucha la descripción de algunas etapas del Camino de Santiago en la ruta aragonesa y rodea con un círculo las palabras que se mencionan.



- Montaña
- Puerto
- Ruinas
- Puente
- Jornada
- Medieval
- Monasterio
- Iglesia
- Parador



- 15 ¿Crees que el turismo religioso puede ser rentable? Coméntalo con tus compañeros.

- 16 Yolanda es gerente en una agencia de viajes. Escucha lo que comenta sobre los viajes a lugares religiosos y toma nota de los siguientes aspectos.



Destinos nacionales	Destinos internacionales	Características de los clientes de estos viajes

Tarea



En grupos. Elegid un lugar conocido de turismo religioso en un país de habla hispana y buscad información en agencias de viaje, guías de turismo o Internet. A continuación, preparad una ruta de siete días de duración con dos alternativas: un viaje muy barato para jóvenes estudiantes y otro de lujo para un matrimonio de turistas adinerados y muy exigentes. Haced un catálogo que recoja todos los viajes que habéis seleccionado.

quince

15



UNIDAD 1

El menú equilibrado

COMER BIEN PARA VIVIR MEJOR

La buena salud empieza en la mesa y es crucial tanto para prevenir determinadas enfermedades como para retrasar el envejecimiento. La mejor dieta es la más variada; tomando como punto de referencia la alimentación mediterránea, se debería comer todos los días frutas, verduras, legumbres y cereales para ingerir vitaminas A, C y E. No deben faltar tampoco los productos lácteos, los huevos, el aceite de oliva, el pescado azul y las carnes (si es de ave hasta tres veces por semana, mientras que una o dos veces si es carne roja).

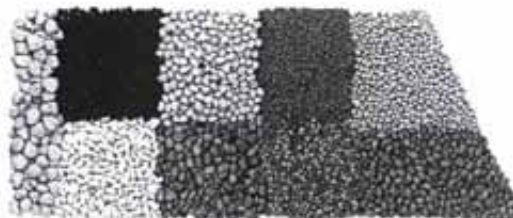
Todos los alimentos tienen la misma importancia, y para seguir una dieta equilibrada, es necesario comer de todo en pequeñas cantidades y en distintos momentos del día. Por lo tanto, para reponer energía y estar en forma durante todo el día, conviene iniciar el día haciendo un desayuno completo con cereales (tostadas, galletas, bollos, etc.) que dan energía y contienen fibras, con un producto lácteo (leche, yogur, etc.) que contiene calcio y vitaminas, y con una fruta o un zumo que aportan vitaminas y minerales. La comida tendría que ser lo más completa posible y compuesta por cereales (arroz, pasta, pan, etc.), legumbres, verduras y frutas. Mientras que la cena tendría que ser muy ligera para digerir bien y dormir mejor. Por ejemplo se puede comer pescado, o carne, o huevos o jamón y queso acompañados con pan, verduras crudas o cocidas y frutas. A continuación vamos a ver las características nutritivas de algunos alimentos que no deberían faltar en nuestra dieta.

Aceite de oliva Posee ácido oleico monoinsaturado que hace descender el llamado colesterol malo o LDL y potencia el bueno o HDL. Su gran aporte en ácidos grasos reduce la hipercoagulación de la sangre, reduciendo también el riesgo de trombosis, la incidencia de arteriosclerosis y de infarto de miocardio.



Yogur Las dos bacterias activas que se encuentran en él, el *Lactobacillus bulgaricus* y *Streptococcus thermophilus*, son las verdaderas responsables de sus beneficiosos efectos sobre la inmunidad y el fortalecimiento de las defensas del organismo. Su consumo aporta proteínas de alto valor biológico, con todos los aminoácidos esenciales, minerales como el calcio, el fósforo y las vitaminas A, D y del complejo B.

Cereales y legumbres Añaden a la dieta hidratos de carbono complejos, resultando muy energéticos, evitan la hipoglucemia y aportan mucha fibra. Contienen vitaminas, sobre todo del grupo B y E. Los nutricionistas consideran a este grupo insustituible en una dieta equilibrada.



Verduras y hortalizas Sus carotenos y provitamina A, junto a su conocida acción antioxidante, ayudan a proteger del cáncer de pulmón, de esófago y laringe. También son ricas en vitamina C, ácido fólico, sales minerales y fibra, resultando, por lo tanto, muy beneficiosas.



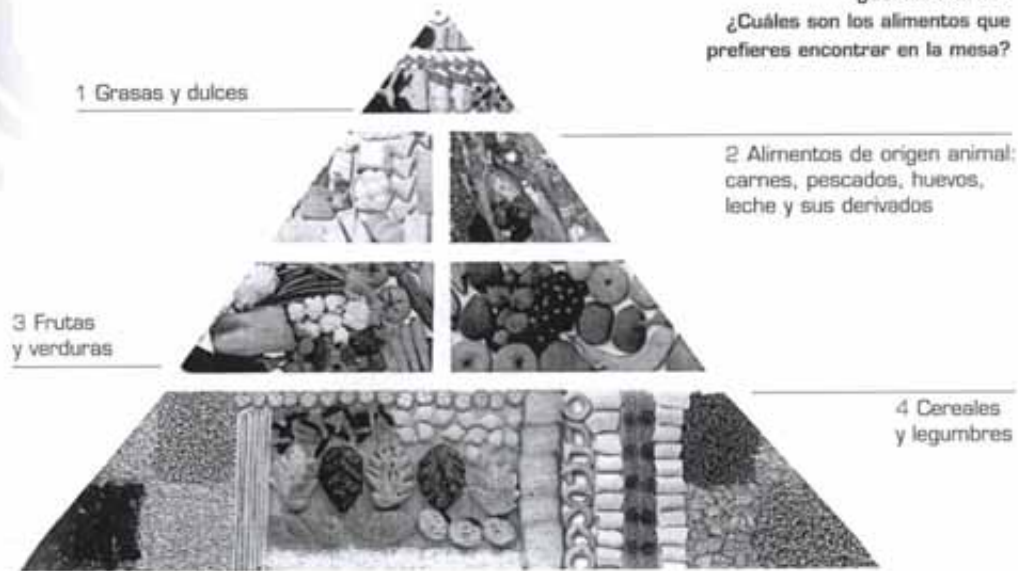
Pescado azul Su contenido en ácidos grasos polinsaturados de la familia Omega 3 tiene capacidades protectoras frente a las enfermedades del corazón. Además aporta minerales, sobre todo calcio y yodo, al organismo.



PARA HABLAR

- ¿Qué desayunas?
- ¿Cuántas veces por semana comes dulces?
- ¿Comes mucho?
- ¿Cuáles son los alimentos que prefieres encontrar en la mesa?

LA PIRÁMIDE ALIMENTARIA



1 Indica a que categoría pertenecen los siguientes alimentos.

- | | |
|--------------------|---------------------|
| ■ guisantes _____ | ■ fresas _____ |
| ■ yogur _____ | ■ tartas _____ |
| ■ tostadas _____ | ■ galletas _____ |
| ■ arroz _____ | ■ mantequilla _____ |
| ■ trigo _____ | ■ judías _____ |
| ■ lechuga _____ | ■ nata _____ |
| ■ zanahorias _____ | ■ atún _____ |
| ■ cerdo _____ | ■ aceite _____ |

SABER MÁS

EL MENÚ EQUILIBRADO

Un buen menú debe tener en cuenta los principios de la correcta alimentación. Los clientes son cada vez más exigentes a la hora de comer y desean que las comidas sean, además de ricas y sabrosas, también equilibradas desde el punto de vista nutricional. Por eso, en la elaboración de un menú es necesario seguir algunas reglas:

- Equilibrar correctamente proteínas (10%), grasas vegetales (20%) y animales (10%) e hidratos de carbono complejos (60%).
- Limitar el uso de sal y de grasas, utilizando muchas más especias y hierbas aromáticas para dar sabor a las comidas.
- Realizar platos con pocas calorías pero cuantiosos, de modo que sacien sin ser demasiado pesados. Por ejemplo, uniendo a un segundo plato mucha verdura cruda o cocida.
- Variar los ingredientes de tal forma que sean frescos y que se cuezan en poco tiempo para mantener las cualidades nutritivas.
- Utilizar métodos sanos de cocción, como al vapor, a la parrilla, a la plancha o al horno que limitan el uso de grasas.
- Variar los segundos utilizando mucho más pescados y carnes blancas que carnes rojas.
- Hacer porciones pequeñas.
- Limitar la cantidad de dulces y prepararlos con frutas de temporada.



AHORA TÚ...

2 Escribe una dieta ideal dando consejos y recomendaciones.

Desayuno: _____

Media mañana: _____

Comida: _____

Merienda: _____

Cena: _____

¡OJO! Para dar recomendaciones en español se pueden utilizar distintas formas:

- Hay que
- Es necesario
- Conviene
- Es aconsejable
- Es recomendable

Todas estas formas van acompañadas por el infinitivo.

RECORDANDO

EL PRESENTE DE INDICATIVO

Te presentamos algunos verbos regulares muy usados en cocina:

I CONJUGACIÓN	II CONJUGACIÓN	III CONJUGACIÓN
cocinar	comer	añadir
Yo cocin- o	Yo com- o	Yo añad- o
Tú cocin- as	Tú com- es	Tú añad- es
Él, ella, usted cocin- a	Él, ella, usted com- e	Él, ella, usted añad- e
Nosotros-es cocin- amos	Nosotros-as com- emos	Nosotros-as añad- imos
Vosotros-es cocin- áis	Vosotros-as com- éis	Vosotros-as añad- ís
Ellos, ellas, ustedes cocin- an	Ellos, ellas, ustedes com- en	Ellos, ellas, ustedes añad- en

Como **cocinar** se conjugan también verbos como: **sazonar, rallar, machacar, pelar, untar, cortar, asar, etc.**
 Como **comer** se conjugan: **beber, romper, meter, deber, absorber, etc.**
 Como **añadir** se conjugan: **escurrir, compartir, repartir, batir, recubrir, exprimir, fundir, etc.**

Hay verbos irregulares en la primera persona singular como:

poner	coger	reducir
Yo pong-o	Yo coj-o	Yo reduzc-o
Tú pon-es	Tú cog-es	Tú reduc-es
Él, ella, usted pon-e	Él, ella, usted cog-e	Él, ella, usted reduc-e
Nosotros-es pon-emos	Nosotros-as cog-emos	Nosotros-as reduc-imos
Vosotros-as pon-éis	Vosotros-as cog-éis	Vosotros-as reduc-ís
Ellos, ellas, ustedes pon-en	Ellos, ellas, ustedes cog-en	Ellos, ellas, ustedes reduc-en

Como **poner** se conjugan verbos como: **disponer, reponer, hacer, deshacer, etc.**
 Como **coger** se conjugan verbos como: **escoger, recoger, encoger, etc.**
 Como **reducir** se conjugan verbos como: **introducir, producir, etc.**

3 Completa la tabla.

Yo	_____	introduzco	_____
Tú	_____	_____	escoges
Él	deshace	_____	_____
Nosotros	_____	introducimos	_____
Vosotros	_____	_____	escogéis
Ellos	deshacen	_____	_____

EL ACOMPAÑANTE DE LAS COMIDAS: EL PAN

El pan es un alimento básico que se hace con una mezcla de harina, normalmente de trigo, agua, sal y levadura, que se amasa y se cuece en el horno. La tienda donde se vende el pan se llama panadería, el profesional que lo hace o que lo vende se llama panadero. Los tipos de pan más consumidos en España son: pan blanco, pan integral, pan moreno y pan de centeno. Estos tipos de panes se elaboran con formas y pesos distintos, y dependiendo de la zona donde se producen, pueden tener diferentes nombres.

Pan de molde Se vende en paquetes, en rebanadas de 1 cm de grosor. Puede ser blanco, integral, moreno o con cereales.

Barra Es larga y cilíndrica. Se diferencia por el peso y la harina con la que está hecha. La más vendida es de medio y cuarto de kilo.

Baguette Barra de tipo francés con poca miga, es bastante ligera y digestiva.

Pan payés y gallego Son panes artesanales elaborados según la tradición catalana o gallega, tienen forma redonda.

Chapata Elaborada artesanalmente, tiene corteza gruesa y poca miga.

Pan de Viena Pan blanco elaborado con mantequilla que le aporta un delicado sabor.

Pan francés Se elabora con harina de trigo refinada, tiene miga blanca y esponjosa, y corteza crujiente y dorada.

Pan de aceite Pan blanco con aceite de oliva virgen, de forma plana y algo ovalada.

Panecillos Tienen forma redonda, son pequeños y pesan unos 50 g.

Otros panes se hacen con ingredientes que los caracterizan: cebolla, pasas, aceitunas, nueces, ajo, etc.



Pan de molde



Barra



Baguette



Pan payés



Chapata




Pan de Viena

4 Tras leer el texto, indica con una cruz si las frases son verdaderas o falsas.

	V	F
1 En España se acompañan las comidas con el pan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 El trigo es el único cereal con el que se hace el pan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 La chapata se vende en paquetes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Las barras pesan siempre medio kilo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Para hacer el pan de Viena se usa la mantequilla.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Los panecillos son pequeños y redondos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

R



 **B** Escucha las preguntas del siguiente test y elige una respuesta. Luego comprueba si:

¿TE MIMAS EN LA COCINA?

- | | |
|---|--|
| <p>1 a los primeros platos
b los segundos platos
c los postres</p> <p>2 a sí, me encanta
b me da igual
c no me gustan los sabores nuevos</p> <p>3 a el desayuno
b la comida
c la cena</p> <p>4 a como en casa
b a veces en casa a veces fuera de casa
c como siempre fuera de casa</p> <p>5 a cocinas tú
b encargas la cena a un catering
c vas a un restaurante</p> <p>6 a me gusta experimentar
b hago siempre los mismos platos
c no tengo tiempo para experimentar</p> <p>7 a normal
b mucha
c poca</p> | <p>8 a sí, todos los días
b a veces
c nunca</p> <p>9 a prefiero cocinar yo
b prefiero que cocinen los demás
c no me gusta cocinar</p> <p>10 a me dejo guiar por la fantasía
b depende del plato
c uso siempre el recetario</p> |
|---|--|

Mayoría de respuestas A: ¡Felicidades!, eres un amante de la buena mesa, te encanta cocinar, te apasiona experimentar, adoras los buenos olores y sabores de la cocina. Eres una persona que sabe disfrutar verdaderamente de las cosas buenas de la vida.

Mayoría de respuestas B: Aunque tu pasión por la buena cocina no haya alcanzado el nivel más alto, no te preocupes porque vas por el buen camino. Conviene que te dediques un poco más de tiempo.

Mayoría de respuestas C: Todavía no aprecias la buena cocina, de todas formas no desesperes, si te empeñas con el tiempo, podrás descubrir el mundo fantástico de la buena gastronomía.

DESCUBRIENDO

DE TAPAS

¿Qué son las tapas? Hoy en día, en España, las tapas son una forma de comer y un estilo de vida. Se ha escrito mucho sobre su origen, que tuvo lugar en la época de Alfonso X, llamado "el Sabio", el cual durante una larga convalecencia, tenía que comer pequeños bocados que acompañaba con sorbos de vino y quien promulgó una orden obligando a los mesoneros castellanos a servir el vino acompañado de rodajas de embutido, jamón, quesos, etc.; con el intento de evitar que el viajero, al ingerir el vino con el estómago vacío, se sintiera mal. El nombre de "tapa" se debe a que, en su origen, en Andalucía, la rodaja de embutido se depositaba sobre la boca del vaso o de la jarra, es decir, "tapaba" el recipiente para evitar que entrase algo, especialmente algún insecto.

Sin embargo, no hay constancia escrita de este origen que para muchos es sólo un mito, lo que sabemos con seguridad es que esta tradición en los últimos veinte o treinta años se ha extendido por todo el país, como se puede comprobar en cualquier rincón de España. Hoy es una de las formas más originales de comer y para "tapear" no es necesario sentarse, es costumbre en España tomar las tapas de pie mientras se charla con los amigos en un bar o en una taberna.

Al principio las tapas eran sólo lonchas de diferentes embutidos y quesos, o unas aceitunas y anchoas en un plato, pero con el tiempo se han convertido en pequeñas raciones de cualquier comida.

B



Pan con tomate y queso



Aceitunas y anchoas



Tortilla de patatas



Pulpo a la gallega

Cada zona de España tiene sus tapas características:

- En las comunidades mediterráneas hay tapas de verduras, anchoas y embutidos. Por ejemplo, las "aceitunas verdes rellenas de pimientos y anchoas", o "el pan con tomate" que es el plato catalán por excelencia y consiste en una rebanada de pan tostado y crujiente, donde se frota ajo y tomate crudo, se riega con aceite de oliva y encima se puede poner jamón, queso o anchoas.
- En la España del norte hay buenisimas tapas de pescados y mariscos, como mejillones, almejas, sardinas, etc. Quizás la más típica sea el "pulpo a la gallega", un plato muy sencillo de pulpo cocido, regado con aceite de oliva y espolvoreado con pimentón y sal gorda.
- En la Mancha destacan las tapas de queso manchego que se puede servir en lonchas simples o marinado con ajo, romero y pimienta negra en grano.
- La fritura es una técnica típica de la cocina andaluza, porque Andalucía es la tierra de los olivares, las aceitunas y el aceite. Por eso, aquí la tapa más común es la "fritura de pescado" que puede ser de cualquier tipo: pescaditos, boquerones, calamares, etc.
- En Madrid son muy famosos los "callos a la madrileña", plato compuesto por trozos de estómago y morros de ternera, cocidos con productos derivados del cerdo, como jamón, chorizo y morticilla, en un caldo que se hace añadiendo cebolla y ajo picado, pimentón, sal y guindilla. Se sirven en una cazuela de barro.
- En cualquier sitio de España se puede comer una riquísima "tortilla de patatas", una de las tapas más típicas hecha con huevos y patatas que tiene un gusto extraordinario.



Queso marinado al romero



Fritura de pescado



Callos a la madrileña

7 Teniendo en cuenta las frases coloquiales que contienen la palabra pan, escribe la que consideres adecuada a las siguientes situaciones.

1 Pides a una persona que hable con franqueza.

2 Estás sufriendo porque estás a dieta.

3 Niegas a un compañero que tu profesor sea malo.

4 Le dices a un amigo que tu madre siempre te riñe.

5 Piensas que Jaime sea un chico muy guapo.

6 El examen de español es muy fácil.

7 Tu novio/a ha perdido el trabajo.



Mesón típico

SABER MÁS

TIPOS DE ENVASES

Existen muchos tipos de envases que se utilizan para conservar y transportar los alimentos o bebidas. Normalmente pueden ser de vidrio, cartón politenato, aluminio y PVC que no alteran las características organológicas y nutricionales de los alimentos.

A continuación te presentamos algunos de ellos.



Lata Recipiente hecho de lata. Sirve para contener alimentos y bebidas, por ejemplo sardinas y atún.



Cartón Envase de cartón que normalmente contiene huevos.

Tarro Recipiente cilíndrico, más alto que ancho, de vidrio, cerámica o barro, normalmente con tapa. Sirve para contener alimentos, por ejemplo mermelada y miel.



Brik o tetrabrik Envase de cartón con el interior impermeabilizado con aluminio, normalmente tiene forma de tetraedro. Suele contener líquidos, por ejemplo zumos y leche.



Botella Recipiente de vidrio o de plástico, la botella es alta, cilíndrica y tiene el cuello alto y estrecho. Sirve para contener líquidos, por ejemplo vino y aceite.



Bote Recipiente pequeño y más alto que ancho, normalmente es cilíndrico. Sirve para contener tanto alimentos como bebidas, por ejemplo tomate y coca-cola.

Caja Recipiente de diversos materiales y formas que consta de tapa. Sirve para contener alimentos, por ejemplo bombones y pastas.



Paquete Envase que conserva los alimentos en forma de bloque, por ejemplo el azúcar y las galletas.




E Añade a los alimentos y bebidas el artículo indeterminado y el tipo de envase que consideres justo.


- | | | |
|----------------------|---------------------|-------------------|
| 1 _____ de pasta | 4 _____ de aceite | 7 _____ de tomate |
| 2 _____ de guisantes | 5 _____ de bombones | 8 _____ de miel |
| 3 _____ de atún | 6 _____ de leche | 9 _____ de huevos |

10

Anexo 12: Material 10



de viaje: entre aeropuerto y aeropuerto



UNIDAD
1

En esta unidad vas a:

- Reaccionar en las siguientes situaciones.
 - En el mostrador de embarque.
 - Los mensajes de megafonía.
 - En el control de seguridad.
 - En el avión:
 - Problemas con el asiento.
 - Venta a bordo.
 - Se necesita silla de ruedas.
 - A la llegada al aeropuerto:
 - La guía recibe a los clientes.
 - Un error en la lista de clientes.
 - En el mostrador de Información: ayuda para llamar por teléfono.
- Aprender la forma internacional de deletrear.
- Leer sobre otras formas de facturar.
- Repasar la gramática: el presente de indicativo; algunas preposiciones; los pronombres de O. D.
- Recordar fórmulas de cortesía.
- Elaborar tu glosario relacionado con los contenidos de la unidad.
- Realizar una tarea en relación con la búsqueda de itinerarios por Internet.

en el aeropuerto

1 En el mostrador de embarque



A. Escucha atentamente.

- ▶ Buenos días señor. ¿Adónde viaja usted, por favor?
- Voy a Ljubljana.
- ▶ ¿Me deja su pasaporte, por favor?
- Aquí tiene, señorita.
- ▶ Gracias. ¿Equipaje para facturar?
- No. Sólo llevo un bolso de mano.
- ▶ ¿Pasillo o ventana?
- ¿Perdón?
- ▶ ¿Prefiere usted pasillo o ventana?
- ¡Ah! Pues..., pasillo, por favor.
- ▶ Muy bien, aquí tiene: puerta M63, embarque a las 18.05. Su asiento es el 5F. Buen viaje, señor.
- Muy amable, gracias. Buen día.

B. Y ahora, completa el diálogo.

- ▶ Buenos días, señor.
¿ _____ ?
- Voy a Ljubljana.
- ▶ ¿ _____ ?
Gracias. ¿ _____ ?
- Sólo un bolso.
- ▶ ¿ _____ ?
- ¿Cómo?
- ▶ ¿ _____ ?
- Pasillo, por favor.
- ▶ Muy bien, aquí tiene: _____
Su asiento _____.
- Gracias.

C. Rellena esta tarjeta de embarque.

Puedes ayudarte con estos modelos. Vuelo, destino, nombre del pasajero, asiento, puerta de embarque, hora.



IBERIAI Tarjeta de embarque (Boarding Pass)			
IBERIAI Tarjeta de embarque (Boarding Pass)			
Nombre/Name			
De/From			
A/To			
Vuelo/Flight	Clase/Class	Fecha/Date	Salida/Time
Puerta/Gate		Embarque/Boarding	
Asiento/Seat			
Nº Embarque/Boarding Number			
Nº Boleto/Ticket Number			
<i>auto check-in online</i>			
CONSERVE ESTA TARJETA HASTA SU DESTINO FINAL (KEEP THIS CARD UP TO YOUR FINAL DESTINATION)			

2 Los mensajes

A. Escucha los mensajes.

- Vuelo IB 1146 con destino Barcelona, embarque por la puerta D63.
- Última llamada para los señores Myszkowski, señora Lerner, señoras Volpi y Ainciburu y señor Joao da Silva Mouro: vuelo con destino Tel Aviv, embarque por la puerta B12.
- Rogamos presten atención a las pantallas. En este aeropuerto no se emiten avisos por megafonía.
- Por su seguridad, rogamos mantengan sus pertenencias controladas en todo momento.



B. Y ahora, di si es verdadero o falso.

- | | V | F |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. El vuelo que tiene el embarque por la puerta D63 es el 653. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Las señoras Lerner y Volpi van a Barcelona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. El señor Myszkowski embarca por la puerta B12. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. El señor Joao da Silva Mouro va a Tel Aviv. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Se avisa a los clientes de su número de puerta de embarque por megafonía. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Cada persona debe controlar sus pertenencias por su seguridad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

IB 1146	TEL AVIV	700 - 849
IB 1844	SANTANDER	700 - 849
IB 3116	LISBONA	700 - 849
IB 3117	A CORUÑA	700 - 849
IB 3118	A CORUÑA	700 - 849
IB 3119	RENNES	700 - 849
IB 3120	VALENCIA	700 - 849
IB 3121	ESTAMBUL	700 - 849
IB 3122	ATENAS	700 - 849
IB 3123	P.MALLORCA	700 - 849
IB 3124	P.MALLORCA	700 - 849

3 En el control de seguridad

A. Escucha el diálogo entre la agente de seguridad y la viajera.

- Señora, por favor..., los zapatos.
- ¿Cómo?
- Quítese los zapatos, por favor.
- ¿Los zapatos?
- Sí, señora, razones de seguridad. Y los pendientes, el reloj, el cinturón...
- ¡Es la primera vez que tengo que quitarme los zapatos!
- Muy bien, gracias, pase señora...

B. Y ahora, contesta a las preguntas.

- ¿Qué hace la agente de seguridad?
- ¿Cómo reacciona la señora?
- ¿Por qué?
- ¿Qué le explica la agente?

C. Elegid una de las situaciones planteadas y representadla en clase.



en el aeropuerto

1 En el mostrador de embarque



A. Escucha atentamente.

- ▶ Buenos días señor. ¿Adónde viaja usted, por favor?
- Voy a Ljubljana.
- ▶ ¿Me deja su pasaporte, por favor?
- Aquí tiene, señorita.
- ▶ Gracias. ¿Equipaje para facturar?
- No. Sólo llevo un bolso de mano.
- ▶ ¿Pasillo o ventana?
- ¿Perdón?
- ▶ ¿Prefiere usted pasillo o ventana?
- ¡Ah! Pues... pasillo, por favor.
- ▶ Muy bien, aquí tiene: puerta M63, embarque a las 18.05. Su asiento es el 5F. Buen viaje, señor.
- Muy amable, gracias. Buen día.

B. Y ahora, completa el diálogo.

- ▶ Buenos días, señor.
¿ _____ ?
- Voy a Ljubljana.
- ▶ ¿ _____ ?
Gracias. ¿ _____ ?
- Sólo un bolso.
- ▶ ¿ _____ ?
- ¿Cómo?
- ▶ ¿ _____ ?
- Pasillo, por favor.
- ▶ Muy bien, aquí tiene: _____ .
Su asiento _____ .
- Gracias.

C. Rellena esta tarjeta de embarque.

Puedes ayudarte con estos modelos. Vuelo, destino, nombre del pasajero, asiento, puerta de embarque, hora.



IBERIA Tarjeta de embarque (Boarding Pass)				IBERIA Tarjeta de embarque (Boarding Pass)			
NOMBRE PASAJERO / PASSENGER NAME				NOMBRE/NOME			
Nombre/Name		De/From		A/To			
Vuelo/Flight	Clase/Class	Fecha/Date	Salida/Time	INFORMACIÓN			
Puerta/Gate		Embarque/Boarding		ASIENTO			
Asiento/Seat				IBERIA LÍNEAS AÉREAS			
Nº Embarque/Boarding Number		auto check-in online		VUELO/FLIGHT CLASE/CLASS FECHA/DATE SALIDA/TIME			
Nº Billete/Ticket Number				PASAJERO PASSENGER EMBARQUE/BOARDING ASIENTO/SEAT			
CONSERVE ESTA TARJETA HASTA SU DESTINO FINAL / KEEP THIS CARD UP TO YOUR FINAL DESTINATION							

2 Los mensajes

A. Escucha los mensajes.

- Vuelo IB 1146 con destino Barcelona, embarque por la puerta D63.
- Última llamada para los señores Myszkowski, señora Lerner, señoras Volpi y Ainciburu y señor Joao da Silva Mouro: vuelo con destino Tel Aviv, embarque por la puerta B12.
- Rogamos presten atención a las pantallas. En este aeropuerto no se emiten avisos por megafonía.
- Por su seguridad, rogamos mantengan sus pertenencias controladas en todo momento.



B. Y ahora, di si es verdadero o falso.

- | | V | F |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. El vuelo que tiene el embarque por la puerta D63 es el 653. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Las señoras Lerner y Volpi van a Barcelona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. El señor Myszkowski embarca por la puerta B12. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. El señor Joao da Silva Mouro va a Tel Aviv. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Se avisa a los clientes de su número de puerta de embarque por megafonía. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Cada persona debe controlar sus pertenencias por su seguridad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

IB 789	TEL AVIV	779-879
IB 384	SANTANDER	780-849
IB 774	LIBERIA	780-849
IB 912	A CORUÑA	780-849
IB 114	A CORUÑA	780-849
IB 382	RENISE	780-849
IB 919	VALENCIA	780-849
IB 374	ESTAMBUL	780-849
IB 784	ATENAS	780-849
IB 372	P.MALLORCA	780-849
IB 324	P.MALLORCA	780-849

3 En el control de seguridad

A. Escucha el diálogo entre la agente de seguridad y la viajera.

- Señora, por favor..., los zapatos.
- ¿Cómo?
- Qúitese los zapatos, por favor.
- ¿Los zapatos?
- Sí, señora, razones de seguridad. Y los pendientes, el reloj, el cinturón...
- ¡Es la primera vez que tengo que quitarme los zapatos!
- Muy bien, gracias, pase señora...

B. Y ahora, contesta a las preguntas.

- ¿Qué hace la agente de seguridad?
- ¿Cómo reacciona la señora?
- ¿Por qué?
- ¿Qué le explica la agente?

C. Elegid una de las situaciones planteadas y representadla en clase.



REPASAR LA GRAMÁTICA

Transforma el infinitivo de forma adecuada.

La agente le **pide** (pedir) a la señora que (1) _____
(quitarse) los zapatos.

Ella (2) _____ (sorprenderse) porque (3) _____ (ser) la
primera vez que le (4) _____ (pasar) algo así.

Por eso (5) _____ (pedir) a la agente que (6) _____
(repetir) su petición.

La agente (7) _____ (decir) que (8) _____ (ser) y
también le (9) _____ (pedir) que (10) _____
(quitarse) el reloj, el cinturón y los pendientes.



PALABRAS Y EXPRESIONES CLAVE

Elabora tu propio glosario

- El pasillo / la ventanilla
- El asiento
- El área llamada
- La puerta de embarque
- La tarjeta de embarque
- El mostrador de embarque
- Los avisos
- La megafonía
- El vuelo / número de vuelo
- El equipaje
- El equipaje de mano
- Facturar

en el avión

1 Problemas con el asiento



A. Escucha el diálogo.

- ▶ Perdón señora, ¿podría cambiar de asiento por favor? Es que aquí tengo muy poco espacio para las piernas.
- Perdón, señor, pero debía usted haber avisado en el mostrador de embarque para que le pusieran en la fila 14, al lado de la salida de emergencia.
- ▶ Ya lo sé señora, pero se lo pido ahora.
- Un momento, señor, a ver si alguien quiere cambiarle el sitio.

B. Con tu compañero/a, elabora un diálogo como el anterior con estos elementos: el cliente es vegetariano y le han puesto pollo. No avisó en el momento de hacer la reserva. La azafata se disculpa y busca una solución.

- ▶ Tú: _____
- Tu compañero/a: _____
- ▶ Tú: _____
- Tu compañero/a: _____



C. Estos consejos aparecen en el respaldo de los asientos. Tradúcelos a tu propia lengua y observa las diferencias con el español.

Mantenga su cinturón de seguridad
abrochado mientras permanezca sentado.

Chaleco salvavidas
debajo de su asiento.



2 Venta a bordo

A. Escucha la conversación entre la clienta y la azafata.

Señoras pasajeros, en breves momentos procederemos a ofrecerles nuestro servicio de venta a bordo. Pueden solicitar los artículos que deseen a nuestro personal.

- Por favor, quería unas gafas de sol de la marca Gafalux que he visto en el catálogo.
- ¿De señora o de caballero?
- De señora.
- Un momento, por favor... Lo siento, señora, no nos quedan gafas de sol de esa marca.
- ¡Vaya! ¿Y el colgante de cristal de Esnietowsky?
- ¿En verde o en rojo, señora?
- En verde.
- En verde no nos queda, señora. Pero tenemos unos pendientes de Ke Bonito de cristal preciosos.
- ¿Cuánto valen?
- 450 euros.
- ¿¿Cuánto?? ¡Es el triple del precio del colgante!
- Pero es un diseño único, señora.
- Déjelo, me llevaré este frasco de perfume.
- Aquí tiene, señora, son 81 euros. ¿Tiene un euro suelto?
- Tenga, 101.
- Y 20 de vuelta. Gracias, señora.
- Gracias.



B. Y ahora, completa el texto.

1. La clienta quiere comprar unas gafas de sol pero _____.
2. La azafata le ofrece un _____ de color _____ o _____ pero el de color _____ que quiere la clienta está agotado.
3. Le presenta unos _____ de diseño único que cuestan _____, el triple del precio del _____.
4. Al final, la clienta compra _____ que le cuesta _____.
5. Da dos billetes de _____ euros y una moneda de _____ euro. Le devuelven _____.



3 ¿Silla de ruedas?



A. Escucha el diálogo entre estas dos personas.

- ▶ ¿Señora Johansson, grupo Lund?
- Sí, soy yo.
- ▶ ¿Han pedido ustedes una silla de ruedas para el señor Grossman?
- Efectivamente, la reserva la hizo nuestra agencia en Estocolmo. ¿Quiere ver el bono?
- ▶ No es necesario. Por favor, que el señor Grossman no baje del avión hasta que haya salido todo el mundo.
- Enseguida le aviso, muchas gracias.

B. Y ahora, di si es verdadero o falso.

V F

- | | V | F |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. La clienta es la señora Lund. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. El señor Grossman necesita una silla de ruedas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. La azafata pide ver el bono que emitió la agencia de Estocolmo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. El señor Grossman debe salir el primero. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

FÍJATE EN ESTAS FÓRMULAS

Para pedir o preguntar algo cortésmente usamos:

- Podría / podía + infinitivo*
- Quería + sustantivo / infinitivo*

Para reprochar algo que no se ha hecho usamos:

- Debía, debían, etc. + haber + participio*

Y ahora, completa estos diálogos con las fórmulas anteriores.

Diálogo 1

- ▶ Por favor, ¿_____ abrir su equipaje de mano?
- Pero si no llevo nada peligroso.
- ▶ Son normas de seguridad. Mire, no puede entrar en el avión con estas tijeras.
- ¡Vaya! Las _____ metido en la maleta.

Diálogo 2

- ▶ Buenos días, _____ hablar con la persona responsable de este vuelo.
- Soy yo, ¿en qué puedo ayudarle?
- ▶ ¿_____ cambiarme de asiento? Es que necesito salir enseguida al llegar a destino.
- Veré si hay alguno libre en las primeras filas, pero _____ avisado al pedir su tarjeta de embarque.

REPASAR LA GRAMÁTICA

Elige la preposición adecuada.

1. La comida vegetariana debe solicitarse **con / en** el momento de facturar.
2. Necesito cambiar **en / de** asiento. Este es muy pequeño **por / para** mí.
3. Debe bajar **del / al** avión cuando todo el mundo haya salido.
4. No se puede entrar **para / en** el avión llevando tijeras **de / en** el equipaje de mano.
5. ¿Podría sentarme **con / en** este asiento? Es que prefiero el pasillo.
6. En este aeropuerto los avisos no se dan **en / por** megafonía.



a la llegada

1 La guía recibe a los clientes

A. Escucha los diálogos que te damos a continuación.

Diálogo 1

- Buenas tardes, señores Urrizubieta. Mi nombre es Isabel.
- Buenas tardes, señorita.
- ¿Me acompañan, por favor? Los espera el autobús para el traslado al hotel.
- Muy bien, muchas gracias.

Diálogo 2

- Buenas noches. Mi nombre es Isabel. ¿Son del grupo «Entremares»?
- Sí, señorita, me llamo Ana Lucía, soy la guía acompañante del grupo. Faltan unos pasajeros por llegar. Están esperando el equipaje.
- Muy bien; si quieren, ya pueden instalarse en el autocar. Es el primero a la derecha, según salen al aparcamiento.
- De acuerdo. Acompaño a los clientes y vuelvo a buscar a los últimos.
- Vale, la espero aquí.
- Aquí estoy. Me dice la señora Sabatini que su maleta no ha llegado. ¿Puede acompañarla a la ventanilla de reclamaciones, por favor?
- Por supuesto, Ana Lucía. Si lo desea, avise a los demás pasajeros del pequeño retraso. Yo acompañaré a la señora Sabatini a poner la reclamación.
- Perfecto. Gracias, Isabel.

←  Arrivals Llegadas

B. Y ahora, di si es verdadero o falso.

	V	F
1. Los señores Urrizubieta han perdido la maleta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La guía del grupo se llama Ana Lucía.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Todos los clientes van juntos al autobús.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Los clientes tienen que esperar al autobús.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. La señora Sabatini quiere poner una reclamación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. El autocar está a la izquierda del aparcamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. Imagínate en el papel de la azafata de vuelo o de la persona que espera a los clientes en el aeropuerto de llegada, e intenta dar una respuesta a cada uno de tus clientes. El dibujo te ayudará.



OBSERVA

En turismo, a menudo se necesita deletrear el nombre de los clientes. Para que no se cometan errores a la hora de entender, se usan las siguientes palabras

A América	H Huelva	Ñ Eñe	U Uruguay
B Barcelona	I Italia	O Oviedo	V Valencia
C Cataluña	J Jaén	P Palencia	W Uve doble
D Dinamarca	K Kilo	Q Queso	X Equis
E España	L Lérida	R Roma	Y Yankee
F Francia	M Madrid	S Salamanca	Z Zaragoza
G Gerona	N Navarra	T Toledo	

2 Un error en la lista de clientes



A. Escucha el diálogo atentamente. Por teléfono.

- ¿Isabel?
- Sí, soy yo.
- Hola, soy Liliána, de la Agencia argentina «Summa». ¿Estás en el aeropuerto?
- Sí, esperando a los clientes.
- Mirá, en el grupo de Tucumán, vuelo AR1136, llegada a las 14.15, hay un cambio de viajeros. ¿Tenés la lista a mano?
- Sí, sí, dime.
- A ver, los señores Kahlenberg y Volpi cancelaron su viaje y los sustituyen...
- Espera, ¿puedes deletrear los nombres?
- Sí, perdoná, K-A-H-L-E-N-B-E-R-G: Kilo – América – Huelva – Lérida – España – Navarra – Barcelona – España – Roma – Gerona.
- ¡Vale! ¿Y Volpi, con uve de Valencia?
- Eso es. Y los sustituyen dos señoras: María Pagazaurtundúa y Jennifer Mackenzie.
- ¿Perdón? ¿Puedes repetir?
- Sí, te deletreo.
P-A-G-A-Z-A-U-R-T-U-N-D-U-A;
Palencia – América – Gerona – América – Zaragoza – América – Uruguay – Roma – Toledo – Uruguay – Navarra – Dinamarca – Uruguay – América.
- ¡Qué difícil! Y la otra señora, ¿es Mackenzie con ck?
- No, sólo con k: Madrid – América – Kilo – España – Navarra – Zaragoza – Italia – España.
- De acuerdo, ya hago el cambio en la *rooming-list* e informo al hotel Reina Victoria.
- Gracias, Isabel, hasta pronto.
- Hasta pronto, Liliána.

B. Y ahora, rellena la ficha de control de llegada de los clientes.

Fecha	Hora	Vuelo	Incidencias	Comunicado por	Avisar hotel / agencia

C. Con tu compañero/a, deletrea los nombres de los miembros de la clase o de personas famosas que se elijan en común.

3 En el mostrador de información. ¿Puedo ayudarla?

A. Escucha el diálogo y selecciona la respuesta adecuada.

1. En el mostrador de información *hablan inglés / no hablan inglés.*
2. Hay una persona *que necesita llamar por teléfono / que tiene el teléfono estropeado.*
3. Una tercera persona *indica dónde puede encontrar ayuda / pregunta si puede ayudar.*
4. Estas dos personas *van juntas a la cabina / van juntas al punto de información.*
5. La persona que necesita ayuda *no entiende las instrucciones de las cabinas / no puede leer las instrucciones de las cabinas.*
6. Para llamar primero *hay introducir las monedas / primero hay que descolgar.*
7. Para llamar por teléfono a un móvil o celular en España *hay que marcar el prefijo 34 / hay que marcar el número que empieza por 6.*

B. Imagina que te encuentras en el aeropuerto de tu país con una persona en las mismas circunstancias que nuestra amiga del aeropuerto de Madrid. Explícale cómo funcionan las cabinas ayudándote de la conversación anterior.



REPASAR LA GRAMÁTICA

Transforma según el ejemplo usando un pronombre de complemento directo.

1. El autobús espera en el aparcamiento a los pasajeros del grupo «Entremares». >> *Los espera en el aparcamiento.*
2. Isabel acompaña a la señora Sabatini a poner una reclamación. >> _____
3. Hay una persona nueva que sustituye a Ricardo Freire. >> _____
4. Vengo a buscar a los clientes del grupo «Verano azul». >> _____
5. Me parece que allí veo a Isabel y Ana Lucía. >> _____
6. ¿Pueden cambiar de habitación a las señoras Azulay y Sitman? >> _____
7. Vengo a recoger al señor Andión. >> _____

Fíjate en los dibujos del carrito. Escribe las instrucciones para acompañarlos siguiendo el modelo: *Durante el trayecto, no presione la barra.*

Puedes usar lo siguiente: *bajar las escaleras; colocar bien las maletas; apilar las maletas; subirse al carrito.*



PALABRAS Y EXPRESIONES CLAVE

Elabora tu propio glosario

- La silla de ruedas
- El bono / voucher
- Las incidencias
- La ventanilla de reclamaciones
- La lista de clientes
- Deletrear:
- El cinturón de seguridad
- El chaleco salvavidas
- Atróchame el cinturón
- La / El guía acompañante
- Cancelar
- La salida / llegada
- El prefijo
- Descolgar
- Marcar

¿qué decir cuando...?

Llegan los clientes al mostrador de facturación

- ▶ Buenos días.
- ▶ Buenas tardes / noches.
- ▶ ¿Adónde va, señor/señora?
- ▶ ¿Me deja su pasaporte o su DNI, por favor / si es tan amable?
- ▶ ¿Lleva(n) usted(es) equipaje?
- ▶ ¿Cuántas maletas lleva(n) usted(es)?
- ▶ ¿Lleva(n) bolso de mano?
- ▶ ¿Prefiere(n) ventanilla o pasillo?
- ▶ Buen viaje, señor.
- ▶ Que tengan un feliz viaje.
- ▶ Adiós, buen viaje, señora.

Hay necesidades especiales

- ▶ ¿Desea(n) silla de ruedas en destino?
- ▶ ¿Puede darme el nombre de la persona que recogerá al niño en destino, por favor?
- ▶ No puede viajar con el animal en cabina, señora. Debe facturarlo.
- ▶ Puede ir hasta el avión con el cochecito del bebé. Se lo devolverán al llegar a su destino.
- ▶ Si lo desean, podemos llevar al señor en coche hasta la puerta de embarque.

Estamos en el avión

- ▶ ¿Va(n) a comer?
- ▶ ¿Desea(n) algo de comer?
- ▶ ¿Desea(n) ver el menú?
- ▶ ¿Qué tomará(n) para beber?
- ▶ ¿Desea(n) café?
- ▶ ¿Algún periódico, señora?
- ▶ Venta a bordo. ¿Desea algo, señor?
- ▶ No nos queda este producto / tenemos otro parecido / sólo para hombres/mujeres.
- ▶ ¿De qué color lo prefiere?
- ▶ ¿Desea pagar con tarjeta de crédito? / ¿En qué divisa desea pagar?
- ▶ ¿Puede firmar, por favor?
- ▶ Muchas gracias.



Estamos en el aeropuerto de llegada

- ▶ Buenos días / buenas tardes / buenas noches.
- ▶ Mi nombre es _____ / Me llamo _____.
- ▶ Soy su guía.
- ▶ Les acompañaré a su hotel.
- ▶ Sígame por favor, le / la llevaré al autocar.
- ▶ ¿Son ustedes los señores X?
- ▶ ¿El grupo Y? Por aquí, por favor.
- ▶ ¿Han tenido buen vuelo? / ¿Qué tal el vuelo?
- ▶ ¿Desea poner una reclamación? ¿Tiene su tarjeta de embarque a mano?
- ▶ ¿Me acompaña a la ventanilla de reclamación?
- ▶ ¿Han pedido ustedes un coche?
- ▶ Aquí tienen el programa y los vouchers para el circuito.
- ▶ Este es mi teléfono, si desean reservar excursiones o espectáculos o para cualquier incidente.
- ▶ Pasaré a visitarles los _____. Estaré de ____ h a ____ h en la recepción de su hotel.

No entendemos lo que nos dice el cliente

- ▶ ¿Perdón?
- ▶ ¿Cómo ha dicho/dice?
- ▶ Lo siento, no he entendido bien.
- ▶ ¿Puede repetir, por favor?
- ▶ ¿Podría deletrear su nombre, por favor?
- ▶ ¿Cómo se escribe?
- ▶ ¿Podría firmar aquí, por favor?
- ▶ ¿Puede escribir su nombre / teléfono _____?
- ▶ ¿Se escribe con _____ o con _____?

Facturación automática



lectura

Antes de leer

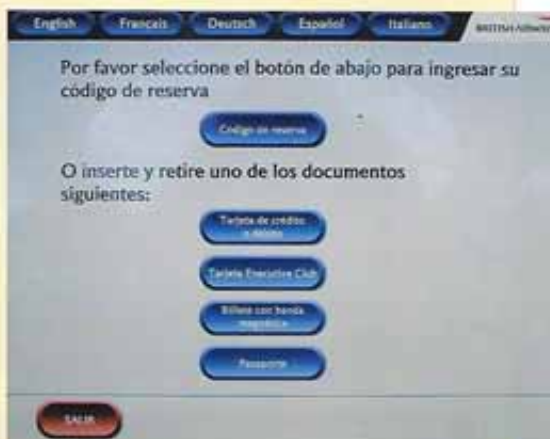
- Mira las imágenes y busca la traducción a tu idioma de las siguientes palabras o expresiones: *código de reserva; tarjeta de crédito o débito; tarjeta Executive Club; billete con banda magnética.*

Durante la lectura

- Subraya las palabras que has aprendido en esta unidad.

Después de leer

- Escribe un breve resumen de cada párrafo.
- Añade a tu glosario las palabras que creas que debes aprender.



Facturación sin colas

Después del *ciberticket* (billete electrónico) le llega el turno al auto *check-in*, un servicio que permite elegir asiento e imprimir la tarjeta de embarque sin tener que hacer cola en los mostradores de facturación. Iberia, por ejemplo, distribuye unas 100.000 tarjetas de embarque mediante este sistema, que utiliza ya el 18% de los pasajeros de la compañía.

Quién, dónde, cómo

La facturación automática o auto *check-in* se puede realizar en máquinas especiales situadas en los aeropuertos y en algunos hoteles, o desde cualquier ordenador con impresora conectado a la página web de una aerolínea con esa opción.

Sirve tanto para billetes electrónicos como para los tradicionales de papel. El sistema permite a los pasajeros sin equipaje acceder directamente a las salas de embarque tras pasar por el control de seguridad. Los vuelos que permiten el auto *check-in* se limitan a los destinos para los que no se requiere comprobación del pasaporte o cualquier otro requisito especial de seguridad o inmigración. Tampoco lo pueden utilizar los viajeros con necesidades especiales, como los niños que viajan solos o las personas en sillas de ruedas.

Para obtener la tarjeta de embarque en las máquinas de *check-in* de los aeropuertos sólo se necesita el apellido y un código de identificación: PNR localizador (un grupo de letras y/o números que se asigna en el momento de hacer la reserva), DNI, pasaporte, tarjeta

de residente o tarjeta de viajero frecuente. Si se viaja con *ciberticket*, basta con insertar la tarjeta de crédito o débito con la que se pagó el billete.

Ventana o pasillo

El siguiente paso es elegir los asientos para los vuelos de ida y de vuelta. Un plano del avión muestra la distribución y las plazas que aún quedan libres. Si ya se dispone de tarjeta de embarque y se quiere cambiar de asiento, basta con insertarla en la máquina y seleccionar una nueva plaza entre las que quedan libres en el avión. La máquina emitirá una nueva tarjeta y anulará la anterior.

Si se viaja acompañado (hasta un máximo de seis pasajeros) se pueden crear tarjetas de embarque para todos en un único proceso de facturación conjunta.

Texto adaptado de *El País*



tarea final

Objetivo

Elaborar un itinerario y acompañarlo de las recomendaciones necesarias.

Pasos

- 1.º En pequeños grupos, entramos en la página de AENA <http://www.aena.es>
- 2.º Usamos la columna de la izquierda y seleccionamos el país al que queremos viajar y cómo deseamos hacerlo.
- 3.º Leemos la información general que ofrece AENA y seleccionamos la más adecuada para nuestro vuelo.
- 4.º Presentamos a toda la clase nuestra propuesta.
- 5.º Comparamos todas las que se han presentado y elegimos la más interesante.

Para saber más

- Control de seguridad: http://www.ibercajaviajes.com/contenidos/img_banners_info/guia_liquidos.pdf
- Consejos para salir de viaje: <http://www.tecnium.net/consejos.html>
- Glosario de hostelería y turismo. Diccionario de términos empleados en hoteles, restaurantes, agencias de viajes. Definiciones, usos, traducciones: <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php>
- Las funciones de guía turístico: <http://www.monografias.com/trabajos11/guiatur/guiatur.shtml>

¿Qué sabes ahora?

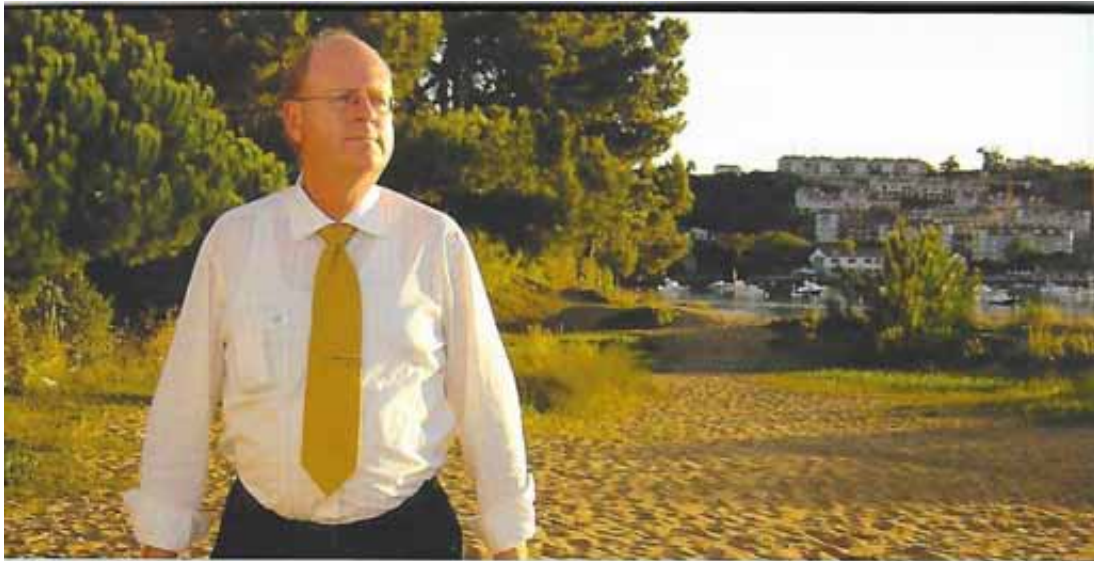
Haz una lista con todo lo que recuerdas.

- Palabras.
- Expresiones para _____
- _____

The screenshot shows the AENA website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio', 'English', 'Más', 'Contacto', and 'Buscar'. Below this is a 'bienvenido' banner. The main content area is divided into several sections:

- Aeropuertos de Aena:** A sidebar on the left with a search box for 'Este aeropuerto' (set to 'A Coruña') and radio buttons for 'Aeropuerto', 'Terminal', and 'Estación'. Below it is a 'Mapa de aeropuertos de Aena'.
- Vuelos en tiempo real:** A section with input fields for 'Nº de vuelo' and 'Código de compañía', and buttons for 'Salidas' and 'Llegadas'.
- sin barreras:** A central banner with an accessibility icon and text: 'Aena, una amplia red de aeropuertos y de navegación aérea a su servicio.' It also mentions 'Servicios de atención al cliente' and 'Información de la UE'.
- Derechos y recomendaciones:** A section at the bottom left with the text 'Consulta los Derechos del Pasajero, desde que amarras el portabultos hasta que llegas a su destino'.
- Aena interesa:** A section at the bottom right with the text 'Lee los comunicados de prensa'.

Anexo 13: Material 11



b l o q u e I

En esta unidad aprenderás a:



- Preparar un viaje de negocios.
- Organizar actividades recreativas.
- Escribir correos electrónicos.
- Organizar eventos profesionales.

—Comenzamos

Describe la foto.
¿Notas algo raro?
Qué crees que hace este hombre allí?

1 Escucha el diálogo entre el Sr. Offenbach y su secretaria:



- Alicia, por favor, ¿ha preparado ya el viaje a Barcelona?
- Sí, ha resultado un poco complicado, pero creo que ya está todo. La primera reunión con ABT es a las 9 de la mañana. Después, a las 10 y media, tiene la firma en la sede del Banco NIT, en la calle Muntaner 4.
- ¿Han llegado ya los poderes de Alemania?
- Sí, los enviaron ayer y esta mañana los ha traído el mensajero.
- Una cosa, no sé si me va a dar tiempo a llegar por la mañana; a lo mejor tengo que salir la noche anterior.
- Como prefiera. De todas formas, el primer puente sale a las 6... de la mañana.
- Sí, pero si no hubiera sitio, o tuviera retraso el avión, además de perderme la cita con ABT, no podría llegar a la firma, y eso sí que sería grave..
- Entonces le reservo el hotel para el día 5.
- Sí, por favor. El de siempre. Pero dígales por favor que me den una habitación interior. Las exteriores siguen siendo muy ruidosas a pesar de la reforma. Aunque me pongan en la planta 12 sigo escuchando el tráfico y me molesta mucho. Intente que me pongan en la Planta Real.

Turismo de negocios

u n i d a d

- *Muy bien. Lo de la Planta Real va a ser difícil. La última vez me dijeron que aunque tenga usted la tarjeta oro tendría que pagar un extra.*
 - *Bueno. De todas formas, vuelva a intentarlo. ¿Cómo sigue el programa?*
 - *Después de la firma tienen una comida en el San Jordi y a las 4 y media otra cita en Bengoa Credit con el Sr. Müller, que llega en un vuelo directo de Frankfurt a Barcelona a las 2 y media.*
 - *Por último, a las 6, les recibe Jauma Padró, de Telefonitis, que ha sido nombrado Consejero Delegado.*
 - *Estupendo. Le tengo que felicitar. Traiga por favor unas agendas de regalo.*
 - *¿Cuántas quiere?*
 - *Cuatro o cinco, por si acaso.*
 - *Otra cosa, haga por favor una reserva en un restaurante del Puerto Olímpico para dos personas. Al Sr. Müller le gusta mucho el marisco. Intente después encontrar un espectáculo típico para los dos.*
- 2 Responde a las siguientes preguntas:
- a) ¿Qué medio de transporte utiliza el Sr. Offenbach para viajar?
 - b) ¿Cuál es el destino?
 - c) ¿Qué idioma se habla en Barcelona?
 - d) ¿Cuántas noches va a pasar el Sr. Offenbach de viaje?
 - e) ¿Qué tipo de habitación de hotel prefiere el Sr. Offenbach? ¿Qué tipo de restaurante pide el Sr. Offenbach que le reserven?

 ¡Te toca!

Lee el diálogo en voz alta con tu compañero. Léedlo una segunda vez cambiando los papeles. Después, cerrad el libro e intentad representar una situación parecida.

BUENA

9



A La vida misma

3 Lee las actividades habituales en la agenda del Sr. Offenbach:

Agenda

Lunes 12 de mayo: 8:50 conferencia telefónica con Alemania.
 9:45 recoger los análisis de sangre.
 10:00 cita en el ayuntamiento con el consejero de economía.
 11:30 cita en la oficina con Pedro Muñoz.
 No olvidar llamar a la gestoría. Declaración de la Renta.
 14:00 comida en Atapuerca.
 16:30 clase de catalán.
 17:30 cita con City Pro.
 19:00 cita con Anna Soler y Pablo de Santos.
 21:00 cena en casa del embajador.

Martes 13 de mayo: 8:00 gimnasio.
 9:15 cita con Alfonso Conzatti.
 10:45 visita al Banco Transat.
 12:00 Estación AVE a Sevilla.
 16:00 cita con el Concejal de Urbanismo Ayuntamiento.
~~16:30~~ 17:00 AVE a Córdoba.
 18:30 cita en Caja Rural.
 19:30 AVE a Madrid.
 * 22:00 Aniversario Anna. Llevar flores. Cena Porcher.

AVE tren alta velocidad
 Destinos principales:
 Desde Madrid a
 Barcelona,
 Sevilla y Valladolid.

* Alicia:
 - Comprar flores para
 Anna
 - Recetar
 Porcher

Declaración de la Renta:
 Declaración personal
 anual de impuestos ante
 el Ministerio de
 Hacienda español.

Gramática

Tempo preciso
 "Estamos a martes 13
 de mayo"
 Ser = Tener lugar a
 ocurrir

4 Responde a las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuántas horas dedica el Sr. Offenbach al trabajo, al descanso y al entretenimiento?
- b) ¿Qué medio de transporte utiliza para ir a Sevilla?
- c) ¿Se ocupa él directamente de las compras para su mujer?

diez



B Más que palabras

5 Une con una línea la información de las dos columnas para que juntas formen una expresión habitual.

1. Viajar en clase	a por la puerta D
2. Viajar en clase	b un coche
3. Alquilar	c de negocios
4. Contratar	d los dispositivos electrónicos
5. Ir en	e Primera clase
6. Sala	f un desayuno durante el vuelo
7. Coger(Es)/Tomar(Am)	g un taxi
8. Embarcar	h VIP
9. Abrocharse	i un museo
10. Apagar	j preferente
11. Ofrecer	k a un chófer
12. Reunión	l turista
13. Visitar	m el cinturón
14. Registrarse	n en el hotel
15. Bienvenido	o a bordo

6 Ahora escribe debajo de cada foto la expresión correspondiente del ejercicio anterior.



1 _____



2 _____



3 _____



4 _____



5 _____



6 _____

Gramática

- Dar órdenes:**
- Tener+que+infinitivo
Tienen que apagar el móvil
 - No tienen que hacer eso
 - Imperativo
Apague el ordenador
 - No fumen en el aseo*
 - Deber+infinitivo
Deben abrocharse los cinturones
 - No deben levantarse durante el vuelo*



C En contexto

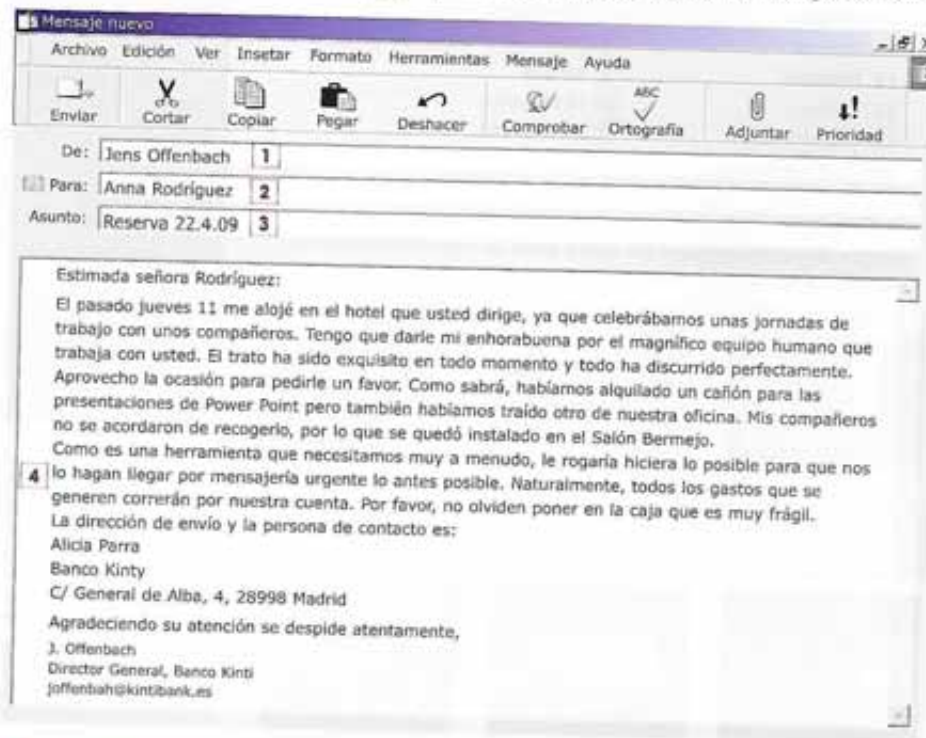
7 Lee la siguiente información:

El correo electrónico es la forma de comunicación más habitual, tanto de los particulares como de las empresas. No hace tantos años se utilizaban las cartas enviadas por correo tradicional, los memos y los faxes, pero actualmente el correo electrónico los ha sustituido casi por completo.

Aunque el correo electrónico permite un tono un poco más informal, no hay que olvidar que es un documento escrito que queda en poder del destinatario para siempre, por lo que hay que respetar una etiqueta (*netiqueta*) y cuidar el estilo y la ortografía.


En un correo electrónico siempre debe aparecer el remitente **[1]**, el destinatario **[2]** o los destinatarios que reciben copia y los que reciben copia oculta. Es fundamental poner el asunto **[3]**, ya que hoy en día se reciben tantos correos que ayuda al receptor a priorizar la apertura de los mensajes.

En cuanto al cuerpo **[4]** del mensaje, debe ser conciso, señalando la referencia a una conversación o negocio anterior, planteando el problema o pidiendo o proporcionando información sobre un bien o servicio, y despidiéndose. Si hay archivos adjuntos se deberá mencionar en el mensaje ya que hay personas que no lo ven o no lo pueden abrir.




8 Escribe tú ahora un correo electrónico a un hotel de tu ciudad agradeciendo los servicios prestados en una celebración y pidiendo que envíen las facturas del restaurante ya que las han olvidado en una de las habitaciones.

D Escucha

- 9  La empresa del Sr. Offenbach le ha pedido que reduzca costes y se ha instalado Skype en todos los ordenadores. Escucha la conversación en la que habla de su próxima visita a Málaga.



- 10  Ahora escucha de nuevo al Sr. Offenbach y contesta tú libremente a sus preguntas.

- a) Sr. O.: ¿Cuánto tiempo dura el vuelo?
- b) Sr. O.: ¿A qué hora tengo la primera cita?
- c) Sr. O.: ¿Es fácil coger un taxi o es mejor alquilar un coche?
- d) Sr. O.: ¿Tengo que llevar paraguas?
- e) Sr. O.: ¿Cómo se llama el nuevo director financiero?
- f) Sr. O.: ¿Cuánta gente va a venir a comer con nosotros?
- g) Sr. O.: ¿A qué hora calculas que nos podremos ir?
- h) Sr. O.: ¿Y hay avión de vuelta a las 6 o 7?
- i) Sr. O.: ¿Y si cogemos el tren?
- j) Sr. O.: Bueno, ¿a qué hora quedamos mañana?

C comunicación

AL TELÉFONO.

- ¿Dígame? / ¿Sí? (España) / ¿Bueno? en Latinoamérica).
- Buenos días. ¿se puede poner María, por favor?
- Un momento, ¿de parte de quien?
- De (parte de) Julián Muñoz / Soy Julián Muñoz.
- No está en este momento / No se encuentra (Latinoamérica).
- ¿Quiere que le deje algún recado de su parte?
- No gracias, ya le llamaré más tarde.

Léxico

- España**
- Coger + medio de transporte*
- Coger el tren / avión / coche / autobús / barco / taxi*
- Latinoamérica**
- Tomar + medio de transporte*
- Tomar el avión / autobús / guagua / taxi, etc.*



E **Nuestro mundo**

11 Lee la siguiente información:



Estas fotos pertenecen a una fiesta de la Cámara de Comercio hispano-alemana. Se celebró en un castillo en Barcelona. Habitualmente, las celebraciones de grandes empresas, asociaciones, bancos, etc. buscan lugares especiales para sorprender a sus invitados. Naturalmente, la mayoría se siguen celebrando en las salas de banquetes, reuniones o conferencias de los grandes hoteles de las capitales, pero son cada vez más las empresas que alquilan museos, monasterios, castillos, barcos o casas señoriales para realizar este tipo de eventos y distinguirse del resto.



En cualquier caso, la preparación es fundamental. Se debe contratar a un número de azafatas suficiente para que asistan a los invitados en las tareas de información, acreditación, etc. Previamente, alguien tiene que ocuparse de formarlas bien para que realicen correctamente su función. Asimismo, su vestimenta y su comportamiento tendrá que ser impecable en todo momento.

La iluminación, la música, la decoración o el equipo de sonido y audiovisual para los discursos y presentaciones también son factores clave que pueden significar el éxito o el fracaso de una reunión o celebración de una empresa.

También resulta de vital importancia todo lo relativo a la restauración. El servicio, la calidad de la comida y la rapidez tienen que ser perfectos, desde los cafés, refrescos y canapés que se sirven en los descansos, hasta las grandes cenas o almuerzos de las celebraciones más formales.

El último, aunque fundamental, aspecto a tener en cuenta es el factor humano. El poder de convocatoria de los responsables de organización harán que una reunión haya valido la pena si logran que acudan al menos un 60% de los invitados. Si consiguen entre un 60% y un 80% habrán logrado casi un milagro. Además, tienen que procurar situar a cada persona en lugares estratégicos según el protocolo y su categoría en las diferentes empresas.



12 Piensa en otros aspectos que resulten también fundamentales para que una reunión de negocios o una celebración de empresa se desarrolle con éxito. Ponlas en común con tu compañero o con el resto de la clase.

Léxico

PROTOCOLO ESPAÑOL:

La persona se sienta por orden de importancia a la derecha del anfitrión.

Cabecera española. El anfitrión se sienta en el centro de la mesa, de cara a la puerta.

Cabecera inglesa. El anfitrión se sienta en la cabecera de la mesa, de cara a la puerta.

Si hay matrimonios, se mantiene el orden hombre-mujer, de modo que no se sienten juntos dos hombres o dos mujeres. Los matrimonios se separan.



F Profesionales



Escucha al Sr. Offenbach hablando de cómo le gusta viajar y contesta las siguientes preguntas:

a) ¿Qué palabras o sonidos pronuncia mal el Sr. Offenbach?

b) ¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

c) ¿Qué es lo que no le gusta?

d) ¿Disfruta de las comidas de trabajo?

e) ¿Por qué?

f) ¿En qué tipo de hoteles se aloja?

g) ¿Qué medio de transporte utiliza habitualmente?

h) ¿En qué clase vuela?

i) ¿Qué detalles tiene el hotel con él?

Léxico

Trabalenguas: (r)

El perro de San Roque no tiene rabo porque Ramón Ramírez se lo ha cortado.

El perro de Ramón Ramírez no tiene rabo porque se lo han robado.

¿Quién le ha robado el rabo al perro de San Roque?

Tres tristes tigres comen trigo en un trigal.

Ortografía

R suave: *cara*

R fuerte: *carro*

Nunca se escribe RR al principio de una palabra aunque suene fuerte. (*rabo*) ni tampoco, aunque suene fuerte después de las consonantes: l, n, s (*alrededor, honra, Israel*) ni después del prefijo "sub" (*subrayar*).

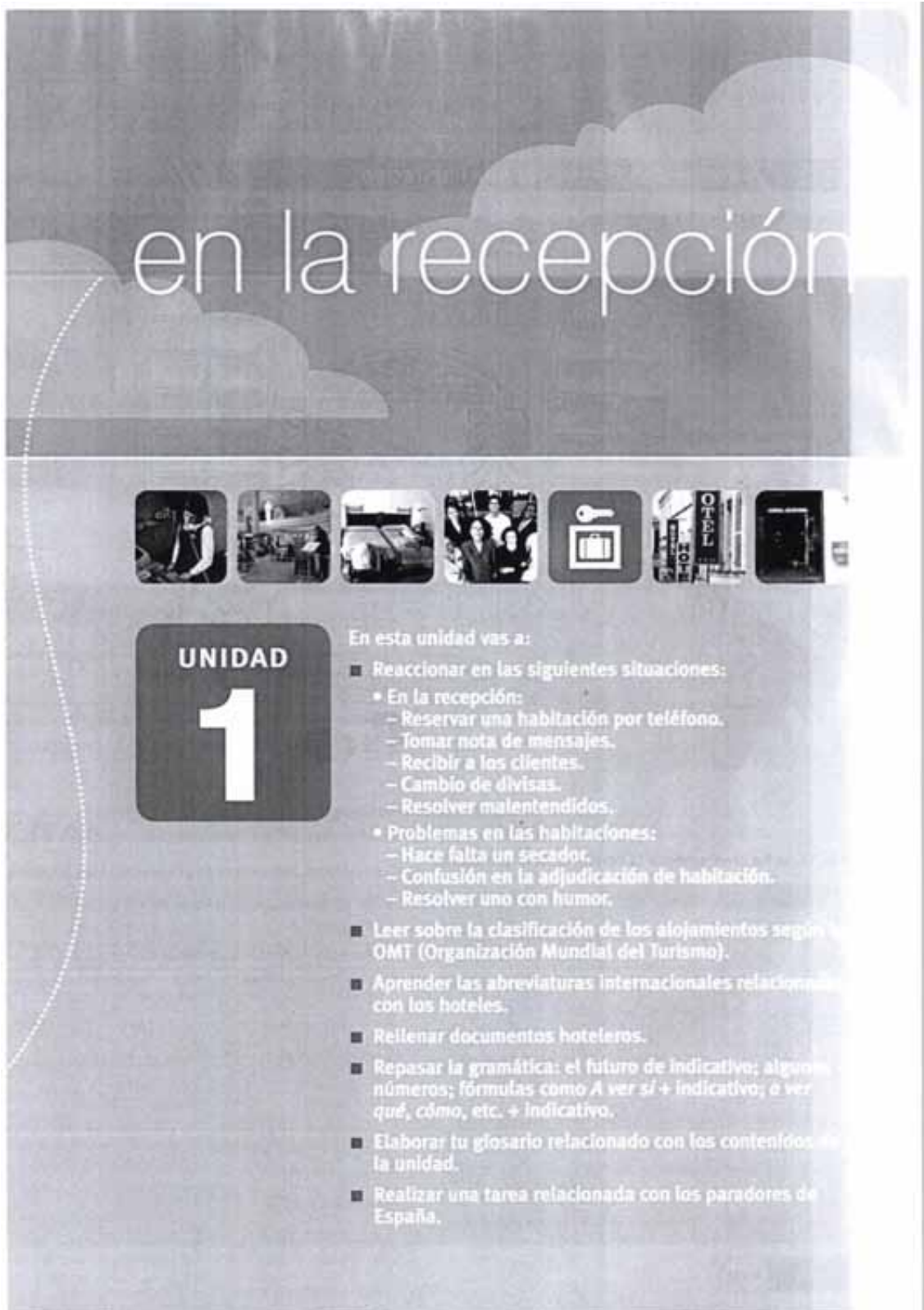
Tarea




En grupos de cuatro, organizad un viaje de negocios a Buenos Aires para el presidente de una importante compañía petrolera española y tres consejeros delegados. Tienen que pasar tres días reunidos con sus colegas argentinos pero no conocen el país y les gustaría aprovechar una noche y tres horas libres que les quedan el día de ida y el de vuelta para ver algo. No tienen problema alguno con el presupuesto.



Anexo 14: Material 12



en la recepción



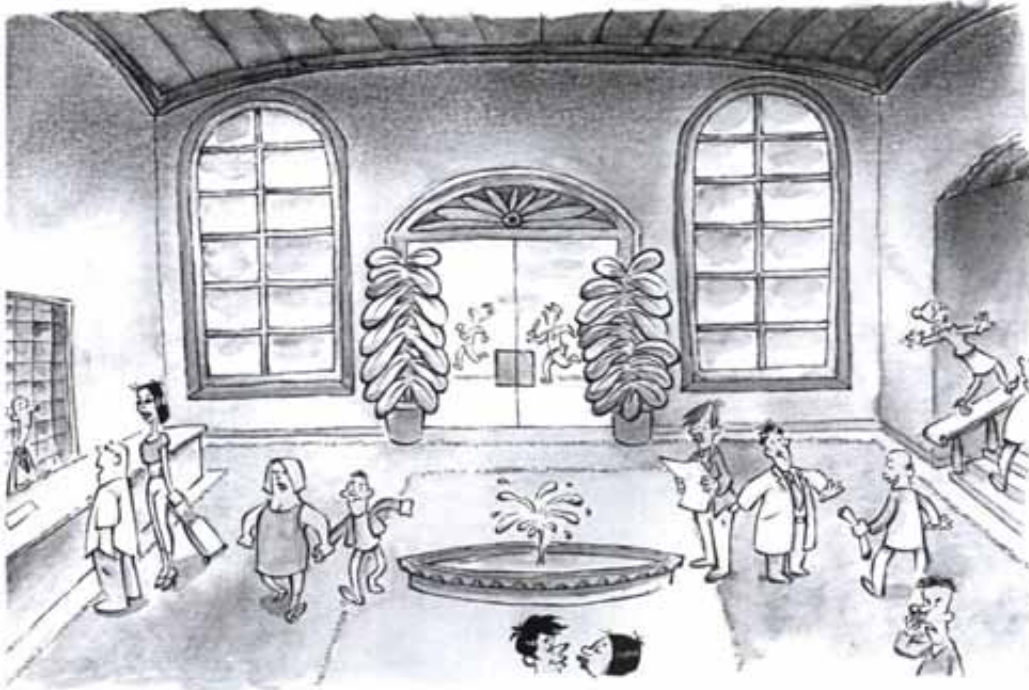
UNIDAD
1

En esta unidad vas a:

- Reaccionar en las siguientes situaciones:
 - En la recepción:
 - Reservar una habitación por teléfono.
 - Tomar nota de mensajes.
 - Recibir a los clientes.
 - Cambio de divisas.
 - Resolver malentendidos.
 - Problemas en las habitaciones:
 - Hace falta un secador.
 - Confusión en la adjudicación de habitación.
 - Resolver uno con humor.
- Leer sobre la clasificación de los alojamientos según la OMT (Organización Mundial del Turismo).
- Aprender las abreviaturas internacionales relacionadas con los hoteles.
- Rellenar documentos hoteleros.
- Repasar la gramática: el futuro de indicativo; algunos números; fórmulas como *A ver si* + indicativo; *a ver qué, cómo*, etc. + indicativo.
- Elaborar tu glosario relacionado con los contenidos de la unidad.
- Realizar una tarea relacionada con los paradores de España.

en la recepción

1 / Por teléfono. Reservar una habitación



Escucha atentamente la conversación telefónica.

- ▶ Hotel Bahía.
- Buenas tardes, señorita. ¿Habla español?
- ▶ Sí, señora. ¿En qué puedo ayudarla?
- Queríamos reservar una habitación para el fin de semana, del 28 al 30 de mayo.
- ▶ ¿Una doble?
- Sí, somos dos adultos. Con camas individuales, si puede ser.
- ▶ Un momento, por favor... Sí, señora, tenemos una habitación disponible para esas fechas.
- ¡Estupendo! Llegaremos el viernes entre las 15.00 y las 16.00, y saldremos el lunes a primera hora.
- ▶ ¿Tres noches, entonces? ¿Con desayuno *buffer*?
- Sí, sí, con desayuno. ¡Es uno de mis grandes placeres!
- ▶ Perfecto, señora. Una doble entonces: entrada el viernes 28 y salida el lunes 31, dos personas en camas individuales, con desayuno.
- ¿Puede confirmarme la reserva por *e-mail*, por favor?
- ▶ Por supuesto, señora. ¿Me da su dirección?
- Es: J.ubeda@gmail.com. Jaén – punto – Uruguay – Barcelona – España – Dinamarca – América – arroba – gmail.com.
- ▶ Ahora mismo se lo confirmamos. Gracias, señora Úbeda. Buen día.
- Muchas gracias.

UNIDAD Parte I

B. Y ahora, completa el diálogo. Tú eres el/la jefe/a de recepción.

▶ _____	▶ _____
• Buenos días, queríamos reservar una doble con cama supletoria del 1 al 15 de junio.	• De acuerdo, entonces.
▶ ¿_____?	▶ ¿_____?
• Sí, dos adultos y un niño.	• Ah sí, por supuesto. Mi nombre es Héctor Calle. Y mi correo h.calle@gmail.net
▶ _____	▶ _____
• Perfecto. ¿Puede ser con vista al mar?	• Gracias señorita. Hasta pronto.

C. Rellena la ficha de reserva de los señores Úbeda.

Hotel Bahía ☆☆☆☆	
Llegada: _____	Salida: _____
Número de PAX: _____	<input type="checkbox"/> Adultos: _____ <input type="checkbox"/> Niños: _____
Nombre y apellidos: _____	
Nacionalidad: _____	DNI/Pasaporte: _____
Dirección de conformación mail: _____	
Ciudad: _____	Código postal: _____ País: _____
Teléfono 1: _____	Teléfono 2: _____
Tipo de habitación: <input type="checkbox"/> TWB <input type="checkbox"/> SWB <input type="checkbox"/> Cama extra	RECONFIRMADO: fecha: _____ por sr./sra.: _____
<input type="checkbox"/> BB <input type="checkbox"/> HB <input type="checkbox"/> FB	
Suplemento vista al mar: <input type="checkbox"/>	

Observa que los tipos de habitación y regímenes son internacionales, y también otras abreviaturas:

- TWB = habitación doble (dos camas).
- SWB = habitación individual.
- BB = con desayuno.
- HB = media pensión.
- FB = pensión completa.
- PAX = abreviatura empleada para pasajero. Por extensión, cliente, huésped.
- ROOMING-LIST = lista de asignación de habitaciones.

2 Por teléfono. Tomar nota de un mensaje

A. Escucha atentamente la conversación telefónica.

- ▶ Hotel Usón, dígame.
- Buenas tardes, podría pasarme con la habitación 114, por favor.
- ▶ Un momento, señor. [bip... bip...]
- ▶ Señor, la habitación 114 no contesta. ¿Por quién pregunta, por favor?
- Por la señora Baralo. Llega hoy, me parece.
- ▶ Efectivamente, señor, pero nos llamó su secretaria para decir que no llegaría hasta las seis de la tarde. Su vuelo tiene retraso.
- ¡Ah! ¿Puedo dejarle un recado, entonces?
- ▶ Dígame, señor.
- Soy Enrique Balmaseda, el director de los cursos. ¿Puede decirle que pasaré a buscarla sobre las 20.30 para ir a cenar?
- ▶ A las 20.30. Muy bien, se lo comunicaré, señor Balmaseda. ¿Puede dejarme un número de teléfono, en caso de que la señora Baralo no llegue a tiempo.
- Es usted muy amable, señorita. Le dejo mi móvil: es el 665 12 34 56.
- ▶ Perfecto. Le diré a la señora Baralo que ha llamado usted.
- Muy amable, señorita. Gracias. Buenas tardes.
- ▶ Buenas tardes, señor.

B. Y ahora, completa la ficha con el mensaje para la señora Baralo.

Hotel Usón		
Fecha: _____	Hora: _____	
Para el señor/la señora: _____		
<input type="checkbox"/> Ha venido	<input type="checkbox"/> Ha telefoneado	
El señor/la señora: _____		
de: _____	Su teléfono es: _____	
<input type="checkbox"/> Volverá a pasar	<input type="checkbox"/> Volverá a llamar	<input type="checkbox"/> Ha dejado este mensaje:
<input type="checkbox"/> Desea verle/la	<input type="checkbox"/> Ruega le/la llame	
Tomado por: _____		



REPASAR LA GRAMÁTICA

Completa con la forma adecuada del futuro de indicativo.

1. (Llegar, nosotros) *Llegaremos* el viernes y (salir) _____ el lunes después de las 12.00.
2. El señor Araus no está. Si lo desea, le (dejar, yo) _____ un mensaje.
3. Hoy no (poder, nosotros) _____ ir de excursión, pero dicen que el próximo fin de semana (hacer) _____ buen tiempo.
4. La habitación 215 no contesta. Le (decir) _____ al señor Gutiérrez que llamó usted.
5. El señor González (volver) _____ a llamar esta noche.
6. Pasado mañana (haber) _____ una fiesta en el salón «Brasil» y la entrada (ser) _____ libre.

PALABRAS Y EXPRESIONES CLAVE

Elabora tu propio glosario

- Reservar una habitación
- Comprobar una reserva
- Cancelar una reserva
- Pasar una llamada
- Tomar nota de un mensaje
- Transmitir un mensaje
- La cama supletoria
- Habitación disponible
- El desayuno *buffet*

3 / Recibir a los clientes



A. Escucha atentamente el diálogo.



B. Y ahora, di si es verdadero o falso.

V F

1. Las señoras Soler y Pastor han reservado dos habitaciones.
2. Las clientas han reservado la cena al mismo tiempo que las habitaciones.
3. El restaurante está en la sexta planta.
4. Las clientas fuman.
5. Pagarán la factura con dinero.

Completa el texto con los datos de la audición anterior.

- Las señoras Soler y Pastor han reservado _____.
- El régimen de pensión es _____.
- Se quedarán en el hotel _____.
- Han pagado con _____.
- Les han dado habitación en la zona _____.
- La cena se sirve a partir de las _____.



4 Cambio de divisas

Lee el siguiente diálogo con tu compañero/a.

- Quería cambiar dinero, señor.
- Sí, señora, ¿qué divisa quiere cambiar?
- Tengo euros y dólares.
- A ver... Al cambio de hoy, un euro equivale a 10 dirhams... y 1 dólar a 7 dirhams.
- Entonces, cambio los euros. Cambiaré 300.
- Muy bien señora. 300 euros equivalen a 2850 dirhams.
- ¿Pero no me dijo que un euro equivale a 10 dirhams?
- Sí, en efecto, señora. Pero el hotel cobra una pequeña comisión. En el banco le saldría mejor el cambio.
- ¡Ah, claro! Pero mañana es viernes y está cerrado. Pues 2850, entonces.
- Aquí tiene, señora. Diez billetes de 200; ocho de 100 y uno de 50 dirhams.
- Gracias.



Y ahora, usando otras divisas, elaborad un diálogo equivalente.

Ha llegado un autocar de turistas. Traen dinero que quieren cambiar a la divisa del país que visitan. Cuántos billetes y monedas de tu país les darías, a cambio de¹:

- 800 dólares USA ▶▶ _____.
- 350 euros ▶▶ _____.
- 235 dólares canadienses ▶▶ _____.
- 900 libras ▶▶ _____.
- 350 yenes ▶▶ _____.
- 500 reales brasileños ▶▶ _____.



¹uede ayudarte consultar la Web: <http://www.xe.com/ucc/es/> sobre cambio de divisas.

5

«La señora era un señor» o cómo resolver malentendidos

A. Lee con tu compañero/a la conversación de la guía con el recepcionista.

- ▶ Perdona, Carlos, hay un error en la *rooming-list* del grupo Middlebury.
- ¿Un error?
- ▶ Sí, mira, se ha atribuido una doble a los señores Maadih Panicker y Parvaneh Panicker. Pero, aunque tienen el mismo apellido, sólo son primos lejanos y, además..., ¡Maadih es un señor y Parvaneh una señora!
- Pues, seguramente los registramos como matrimonio. Un momento, a ver qué puedo hacer... No tenemos dos individuales libres hasta pasado mañana. Pero a ver si quieren compartir dos habitaciones contiguas, en una suite. El hotel no les cobrará suplemento. Veremos con su agencia de dónde procede la confusión...
- ▶ ¡Eso está muy bien! Se lo comunico ahora mismo. En unos minutos te digo algo.
- De acuerdo, de momento bloqueo la suite.
- ▶ ¡Gracias!

B. Y ahora, contesta a estas preguntas.

- ¿Quiénes están hablando?
- ¿Cuál es el problema que se plantea?
- ¿Quiénes son los señores Panicker?
- ¿Encuentra el recepcionista una solución?
- ¿Qué opinan los señores Panicker?
- ¿Qué hace Carlos al final?

C. ¿Qué harías en una situación parecida?

- Aceptas el cambio a dos habitaciones contiguas.
- Exiges que te pongan en una individual lejos de este señor / esta señora.
- Encuentras la situación divertida y te echas a reír.
- Llamas a tu agencia para reclamar.

Tú eres el señor; una compañera, la señora, y otro compañero, el recepcionista.



- Tú (el señor): _____
- El recepcionista: _____
- Tu compañera (la señora): _____

FÍJATE EN ESTAS FÓRMULAS

Para llamar la atención cuando se va a plantear un problema usamos:

- Perdona/e*
- Mira/e*

Para expresar una esperanza usamos:

- A ver si + indicativo*
- A ver qué, cómo, etc. + indicativo*

Y ahora, completa este diálogo con las fórmulas anteriores.

Diálogo

- ▶ (1) _____, ¿puedo hablar con usted un momento?
- Por supuesto, dígame.
- ▶ (2) _____, es que en mi habitación hay mucho ruido y no puedo dormir. ¿Podría cambiarme a otra más tranquila?
- No sé si tenemos habitaciones libres. (3) _____ puedo hacer.
- ▶ Se lo agradezco mucho. (4) _____ esta noche consigo dormir un poco.



problemas en las habitaciones

1 // Por teléfono. Necesito un secador

A. Lee estos fragmentos y ordénalos.

1. No importa, lo necesito para esta noche. ¿Sería posible?
2. Muchas gracias.
3. Recepción, ¿dígame?
4. Lo siento, señora, en este momento no tenemos ninguno disponible. Se lo puedo subir más tarde.
5. Sí, señora, esta tarde lo tendrá en su habitación.
6. Necesitaría un secador de pelo, ¿me podrían subir uno a la habitación 234?



B. Y ahora, señala las fórmulas de cortesía que aparecerán en el diálogo.

• Ejemplo: *¿Sería posible?*

- _____
- _____
- _____
- _____

C. Siguiendo el modelo anterior, elabora con tu compañero/a un diálogo equivalente. Necesitas más perchas; otra toalla; un adaptador para tu plancha...

2 / Por teléfono. Un problema con humor

A. Escucha atentamente la conversación.

B. Y ahora, vuelve a oír y escribe cuál es el problema que aparece en la conversación.

1. El señor llama desde _____.
2. Cuenta que en su habitación _____.
3. La recepcionista entiende que _____.
4. El cliente explica que _____ y que _____ porque _____.
5. La recepcionista lo llama de nuevo y le dice que _____ y le ofrece _____ como compensación.



3 / Otra historia con humor

A. Observa la viñeta e imagina qué está pasando. Intenta elaborar una historia con tu compañero/a.



UNIDAD Parte I

REPASAR LA GRAMÁTICA

A. Lee en voz alta y pon atención en los números.

1. Le llamo desde la 411.
2. Sus habitaciones son la 180 y la 315 en la primera y tercera plantas.
3. Quisiera cambiar 500 euros.
4. Hoy 1 dólar equivale a 1,30 euros.
5. El señor Genis está en la habitación 345, pero su habitación es la 354.

B. Escribe en tu cuaderno tres cifras para que las lea en voz alta tu compañero/a.

PALABRAS Y EXPRESIONES CLAVE

Elabora tu propio glosario

- Pagar con tarjeta de crédito
- Cambiar de habitación a alguien
- Registrar a alguien / registrarse
- Bloquear una habitación
- Habitaciones contiguas
- Compartir habitación
- Compensación
- Habitación ruidosa / tranquila
- Invitar a alguien a algo

¿qué decir cuando...?

Llegan los clientes al hotel

- ▶ Buenos días / Buenas tardes / noches.
- ▶ ¿Qué desea(n)?
- ▶ ¿En qué puedo ayudarle/les?

El cliente es habitual

- ▶ Hola, buenos días / buenas tardes / buenas noches, señor X / señora Y / señores Z.
- ▶ ¿Qué tal el viaje? / ¿Ha(n) tenido buen viaje?
- ▶ ¿Cómo está(n)?
- ▶ Me alegro / Nos alegramos ▶▶ de volver a verlo / verla / verlos
- ▶ ¡Qué alegría ▶▶ verlo / verla / verlos. de nuevo por aquí!
- ▶ Le / les deseo ▶▶ una agradable estancia /
- ▶ Le / les deseamos ▶▶ unas felices vacaciones.

Preguntamos por el equipaje

- ▶ ¿Trae(n) usted/ustedes equipaje?
- ▶ ¿Desea(n) que le(s) subamos las maletas a la habitación?

Preguntamos los datos del cliente

- ▶ ¿Cómo se llama usted / se llaman ustedes por favor?
- ▶ ¿Cuál es su nombre, por favor?
 - ▶▶ su fecha de nacimiento, por favor?
 - ▶▶ su dirección, por favor?
 - ▶▶ su teléfono, por favor?
 - ▶▶ su estado civil, por favor?
 - ▶▶ su profesión, por favor?
- ▶ ¿Me deja(n) su(s) DNI o su(s) pasaporte(s), si es / son tan amable(s)?

Los clientes desean cambiar dinero

- ▶ ¿Qué divisa trae usted?
- ▶ ¿Qué divisa quiere comprar?
- ▶ El _____ está hoy a _____.
- ▶ El cambio de hoy es de _____ por _____.

Descolgamos el teléfono

- ▶ Hotel XX, ▶▶ Buenos días, ¿dígame?
- ▶ Hotel YY ▶▶ Buenos días, le habla (nombre / apellido...).



Transmitimos una llamada

- ▶ Un momento, por favor,
 - ▶▶ le paso con la señora / el señor Z.
 - ▶▶ le paso con la habitación + número.
- ▶ No se retire, por favor,
 - ▶▶ está comunicando / está ocupado.
 - ▶▶ no hay nadie en la habitación.
 - ▶▶ estamos buscando al señor / a la señora X.
 - ▶▶ voy a intentar localizarlo/la en...
- ▶ ¿Desea que vuelva ▶▶ a llamar / a intentar la llamada?
- ▶ En este momento ▶▶ en el despacho / en la habitación / en el hotel.
- ▶ Quédese en línea, por favor, le paso con
 - ▶▶ mi colega / mi compañero/a.
 - ▶▶ mi jefe / mi jefa.
 - ▶▶ el director / la directora.

Pedimos disculpas cuando nos hemos equivocado

- ▶ Perdón / disculpe,
 - ▶▶ me he equivocado / creo que es un error.
 - ▶▶ me han conectado mal.
 - ▶▶ no estoy en la extensión correcta.

Preguntamos por alguien

- ▶ Querría hablar con...
- ▶ ¿Podría pasarme con...?
- ▶ ¿Está el señor / la señora X?

Nos identificamos y pedimos que se identifique el interlocutor

- ▶ Soy (nombre y apellido),
 - ▶▶ ¿Con quién hablo, por favor?
 - ▶▶ ¿Cuál es su nombre, por favor?

La persona solicitada no está

- ▶ Lo siento, el señor / la señora X
 - ▶▶ no está / no se encuentra aquí.
 - ▶▶ está reunido/a.
 - ▶▶ ha salido / se ha ido ya.
- ▶ ¿Puede llamar dentro de ▶▶ 10 minutos?
- ▶ ¿Podría llamar ▶▶ esta tarde / mañana / la semana que viene?

La línea tiene interferencias

- ▶ ¿Oiga? / ¿Perdón?
- ▶ ¿Puede hablar más alto / más despacio por favor?
- ▶ Perdone, ¿puede repetir?
- ▶ La comunicación es mala, no le oigo / No le oigo nada, lo siento.

Preguntamos al interlocutor si desea dejar un recado

- ▶ ¿Quiere dejarle (al señor X / la señora Y) algún recado / algún mensaje?
- ▶ ¿Quiere que le diga algo (al señor X / a la señora Y)?

Recibimos un recado para otra persona

- ▶ De acuerdo, ▶▶ se lo digo / se lo diré.
- ▶ Enseguida ▶▶ se lo comunico / se lo comunicaré.
- ▶ En cuanto llegue / vuelva / termine, ▶▶ se lo diré.

Hoteles de todo tipo



Antes de leer

- Poned en común vuestra experiencia sobre los diferentes tipos de alojamiento que conozcáis.

Durante la lectura

- Lee el siguiente texto y comprueba si aparecen las palabras y expresiones que ya conoces.

Después de leer

- Comparad vuestros comentarios iniciales con lo expuesto en la lectura.
- En parejas o pequeños grupos, ponle título a cada párrafo.
- ¿De cuántas posibilidades hoteleras se habla en el texto? ¿Cuáles son sus características?

La Organización Mundial de Turismo (OMT) es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuanto a la clasificación hotelera. Este trabajo todavía no está terminado y, de momento, cada país decide qué requisitos deben cumplir los hoteles para obtener las estrellas con las que se establece su categoría. Pueden ir de una a cinco en función de su comodidad y de los servicios que ofrecen.

Sólo existen dos hoteles en el mundo que tienen categoría de siete estrellas! Uno es el Burj Al Arab (la Torre de los Árabes), construido sobre una isla artificial a 250 metros de la costa de Dubai, en los Emiratos Árabes Unidos. El otro es el Town House Galleria Hotel en Milán (Italia), ubicado en las míticas galerías de Vittorio Emanuele II. Se habla ya de la construcción de dos hoteles más: el que se abrirá en las Islas Turcas y Caicos (Bahamas) y el futuro hotel de siete estrellas, bajo el mar, en Estambul.

Pero si nuestro presupuesto es más modesto, podremos alojarnos en hoteles de una y dos estrellas, en residencias, en pensiones y en hostales. En general, están ubicados en el centro de las ciudades, no disponen de servicio de restaurante pero sí ofrecen desayuno y son una buena opción para «mochileros» y jóvenes. Las pensiones suelen, además, ofrecer comida casera y un trato familiar.

Si lo que buscamos es un hotel cómodo pero sin grandes lujos y situado en zonas turísticas, optaremos por el de tres estrellas. Cuentan con servicio de restaurante y pequeña restauración las 24 horas, además de una amplia oferta turística: espectáculos, excursiones, visitas, etc. Algunos tienen instalaciones para los más pequeños, miniclubs, y servicio de guardería.

Los hoteles de categoría superior son los de cuatro y cinco estrellas. Suelen ofrecer a los clientes servicios



complementarios de ocio, *jacuzzi*, zona de *spa*, además de contar con zonas comerciales con *boutiques*, joyerías, tiendas de regalos, etc. Su ubicación permite a los huéspedes disfrutar del paisaje y de las comodidades de las zonas de recreo: puerto deportivo, pistas de esquí o vistas espectaculares. También organizan congresos e incentivos para empresas.

Y si lo que queremos es escapar del ruido y de la vida estresante de la ciudad, ¿qué mejor que retirarnos a una casa rural? En los últimos años, son muchas las personas que han restaurado antiguas casas de labranza en pequeños y acogedores hoteles en medio del monte o del campo. Nos ofrecen unos días de descanso, de vida sana y de naturaleza. Tienen, en general –al igual que las pensiones–, la gran ventaja de ser llevadas por los dueños. Eso garantiza un trato muy personalizado.

España dispone, además, de una cadena pública de establecimientos hoteleros, normalmente de cuatro estrellas: los Paradores. El primer parador de lujo fue creado por el rey Alfonso XIII en 1928. Pretendía así atraer un turismo con poder adquisitivo que ayudara a preservar edificios artísticos y colaborar al desarrollo de regiones con pocos recursos económicos. Ahora son ya noventa los hoteles que ocupan castillos medievales, fortalezas árabes, monasterios, antiguas casas de señorío y palacios en todas las regiones españolas. Combinan una arquitectura excepcional con la gastronomía basada en los productos de cada región, y un ambiente cuidado y agradable.

lectura

tarea final

Objetivo

Conocer los Paradores de España y presentar uno a la clase.

Pasos

- 1.º Formad grupos de trabajo de dos o tres personas.
- 2.º Entrad en la página de Paradores de España <http://www.parador.es>
- 3.º Seleccionad uno (pestaña: buscar parador) por la zona geográfica, pinchando en el mapa de España. Por ejemplo, aquí tenéis la información que hemos encontrado sobre el Parador de Tui, en Pontevedra.

También podéis buscar teniendo en cuenta el estilo: castillo; convento/monasterio; palacio, etc. O bien considerando lo que ofrece: naturaleza; relax y bienestar; golf; familias, etc.
- 4.º Buscad más información sobre el Parador elegido.
- 5.º Tened en cuenta a qué tipo de público se dirigen para seleccionar el vuestro.
- 6.º No olvidéis hablar del precio, del entorno, etc.
- 7.º Finalmente, elaborad un breve texto o reportaje para presentarlo al resto de la clase.

Para saber más

- Guía de hoteles en España: <http://www.guiadehoteles.es>
- Hotel Burj Al Arab: <http://www.burj-al-arab.com>
- Town House Galleria Hotel: <http://www.townhouse.it/thgallery/>
- Casas/hoteles rurales: <http://www.pradomayor.com>; <http://www.hoteluson.com>; <http://www.losjarales.com>

¿Qué sabes ahora?

Haz una lista con todo lo que recuerdas.

- Palabras.
- Expresiones para _____.
- _____.

PARADORES
desde 1928

TUI Parador de
Teléfono: 00 34 996600300 | E-mail: tui@parador.es

buscar parador reservas ofertas y promociones vive paradores gastronomía empresas corporativo

el hotel
fotos del hotel
ubicación
servicios
ofertas y promociones
actividades
restaurante
salones y reuniones
habitaciones únicas
tarifas
tarifa única

Pazo tradicional Gallego
El Hotel de la histórica ciudad de Tui, fronteriza con Portugal, reproduce fielmente un pazo rural gallego, en un entorno montañoso y fluvial.
Este establecimiento es ideal para los aficionados al deporte y actividades en contacto con la naturaleza.
Con sus muros graníticos, madera de castaño gallega sobre suelos, techos, vigas y escaleras, refleja la ornamentación de los típicos pazos de la tierra.
Los suaves tonos de las paredes y el rústico mobiliario consiguen un ambiente acogedor y sosiego en sus confortables habitaciones. Cuenta además con una espléndida piscina y un bello jardín.
Más información, pdf «Tui y su Parador»

RESERVAR

Más imágenes →

Dirección: Avda. Portugal, s/n
Población: 36700 Tui, Pontevedra
Teléfono: 00 34 996600300
Fax: 00 34 996602163

Escio de contratación: Regional
Tarjetas de crédito: American Express, Diners, JCB, Visa

Anexo 15: Material 13

Carpeta 1

Turismo

Archivo 1

T como Turismo

Escribe → 1. Completa el siguiente mapa mental con palabras que el término TURISMO te trae a la mente.

```
graph TD; T((TURISMO)) --- L1[ ]; T --- L2[ ]; T --- L3[ ]; T --- L4[ ]; T --- L5[ ]; T --- L6[ ]; T --- L7[ ]; T --- L8[ ];
```

Agencia de viajes

Reservar

Alojamiento

EL TURISMO: UN FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscribe en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido el turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas y representa la principal institución internacional en el campo del turismo. Constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados en este campo.



La OMT desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo. La Organización promueve el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, con miras a garantizar que los países miembros, los destinos turísticos y las empresas optimicen los efectos económicos, sociales y culturales positivos del turismo y maximicen sus beneficios, reduciendo a la vez al mínimo los impactos ambientales y sociales negativos. Entre sus miembros, figuran 161 países y territorios y más de 390 miembros afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales. La OMT está comprometida con los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas para el milenio, cuyo fin es reducir la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible.

Habla

2. Después de haber leído el texto anterior, contesta a las siguientes preguntas.

- ¿Qué papel tiene el sector turístico en el desarrollo económico de un país?
- En los países desarrollados, la expansión del turismo ha sido beneficiosa, pero sobre todo, ¿en qué sectores?
- ¿Habías oído hablar de la OMT?
- ¿Cuántos son los países miembros de la OMT?
- La OMT presta particular atención a algunos países, ¿cuáles?

Lee

3. Completa los textos con las palabras de cada recuadro:

campañas – turístico – se desarrolla – promoción – embajadas



LOS ORGANISMOS NACIONALES DE TURISMO

A. TURESPAÑA es el Instituto de Turismo de España, el organismo de la administración general del estado encargado de la (1) _____ en el exterior de España como destino turístico, para lo que se desarrollan actividades en las siguientes áreas:

- > La planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción de España como destino (2) _____ en los mercados internacionales.
- > El apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior.
- > La fijación de la estrategia y planificación de la actuación de Paradores de Turismo de España, S.A. y la inversión en nuevos paradores.

Para lograr con eficacia los objetivos, en TURESPAÑA (3) _____ la actividad en el exterior a través de una red de 31 oficinas españolas de turismo, que dependen de las (4) _____ y consulados de España. Para ello, se dispone de los siguientes recursos humanos y financieros:

- 211 personas en servicios centrales;
- 212 personas en la red de oficinas españolas de turismo en el exterior;
- 62 personas en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Madrid.

De todas ellos, 308 son personal laboral contratado y 177 son funcionarios. El presupuesto en 2009 asciende a 224,7 millones de euros, de los cuales 83,4 se destinan a la inversión directa en (5) _____ y actividades de promoción turística internacional.



empresas – oficina – alojamiento – monitorización – exterior

B. ENIT (Ente Nazionale Italiana per il Turismo) es la (1) italiana para el turismo y tiene por objeto "promocionar el turismo italiano en el exterior". Con el fin de lograr el susodicho objetivo, "adelanta las actividades necesarias para dar a conocer en el (2) los recursos turísticos nacionales y regionales y, en particular, los valores naturales, ambientales, histórico-culturales y artísticos de nuestro país"; además ofrece asistencia técnica a las empresas turísticas italianas en los mercados extranjeros. El núcleo central de la actividad de ENIT, en cuanto empresa de interés público general, consta de actividades promocionales y de mensajes dirigidos a los eventuales usuarios / consumidores residentes en países extranjeros.

ENIT brinda también asistencia a las (3) turísticas italianas. El objeto de la promoción y de la comunicación es la buena imagen de Italia y del producto turístico italiano en su totalidad. Las actividades, por medio de las cuales ENIT persigue su meta institucional, son las siguientes:

- a) estudio de los mercados internacionales y, en particular, de las características y tendencias de la demanda turística individual y organizada;
- b) (4) constante de la evolución de la demanda de turismo en el exterior;
- c) planificación de estrategias operativas proyectadas en colaboración con los representantes públicos y privados del turismo italiano, como el Ministerio de las actividades de producción, regiones, administraciones públicas centrales, entes, asociaciones de gremios y de productores de servicios turísticos tales como: transporte, (5) , alimentación, establecimientos públicos, etc.
- d) logro de los objetivos programáticos utilizando, en cada mercado o área de consumo homogénea, la mejor combinación de los distintos instrumentos operativos.

APT o IAT (Azienda di Promozione Turistica/Informazione e Accoglienza Turistica) es la empresa de promoción turística italiana (www.iat.it). Las oficinas de turismo están presentes en todas las ciudades o pueblos y proporcionan información para turistas. Allí se pueden encontrar folletos informativos y noticias interesantes sobre monumentos, museos y alojamiento de la ciudad o de la zona. El servicio es totalmente gratuito.

Escribe

4. Cuando se viaja a un destino turístico lo habitual es visitar una oficina de turismo. Describe tu experiencia con la ayuda de las siguientes indicaciones (mínimo 100 palabras).

- > ¿Cuándo?, ¿dónde? y ¿para qué?
- > Tipo de oficina (grande/pequeña, luminosa/oscura, ordenada/desordenada, etc.)
- > Actitud del personal (amable, maleducado, desganado, gracioso, paciente, etc.)
- > Resultado de la visita (útil, divertida, desagradable, muy interesante, etc.)



5. Lee el texto "El turismo a lo largo de los siglos" y marca con una X si las afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F).

- | | V | F |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Los Juegos Olímpicos se realizaban cada cuatro años en la ciudad de Epidauro. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Los romanos acudían a los balnearios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Al principio de la Edad Media disminuye el flujo turístico. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Las peregrinaciones hacia Santiago de Compostela empezaron en el siglo X. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. El Grand Tour duraba entre 3 y 5 meses. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. Las personas iban a los balnearios también para entretenerse. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

EL TURISMO A LO LARGO DE LOS SIGLOS

El turismo, propiamente dicho, nace en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas, relaciones comerciales, etc. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros

Edad Antigua En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que se realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos cada cuatro años, en la ciudad de Olimpia, a los que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos, de Dódona y de Epidauro. Durante el Imperio Romano, los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asíduos de grandes espectáculos en los teatros y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa.



Edad Media Durante la Edad Media hay, en un primer momento, un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época adquieren mucha importancia las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica, pero tanto el Cristianismo como el Islam las extendieron a mayor número de creyentes y los desplazamientos aumentaron. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el principio del siglo IX, en que se descubrió la tumba del santo). En el mundo islámico la peregrinación a La Meca, que constituye uno de los cinco pilares del Islam, ya obligaba a todos los creyentes a esta peregrinación, al menos una vez en la vida.



Carpeta 1

Turismo



Edad Moderna En esta época aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito, cada vez más numeroso, era imposible alojar a todos en palacio, por lo tanto se crearon estas construcciones. Esta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar. A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el *Gran Tour* al finalizar sus estudios, con el objetivo de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años)

que se hacía por distintos países europeos. Del conocimiento *in situ* de la grandeza de Roma, París o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros debían aprender a llevar las riendas de un imperio como el británico.

Se asiste también a un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se acude a ellas por consejo médico, sino que, además, se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales. También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro y playas frías como remedios terapéuticos.

Escucha



6. Escucha y corrige las palabras en negrita.

EL TURISMO EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del (1) **XXI**. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología del (2) **país**. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser, a finales del siglo XX, la mayor industria de (3) **Europa**. Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea la invención de la máquina de vapor supone una reducción (4) **total** en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías (5) **aéreas**. Comienza a surgir el turismo de montaña o salud. Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la (6) **época**. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en (7) **1853** la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and son". En 1867 se inventa el bono o *voucher*, documento que permite la utilización, en hoteles, de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia (8) **inmobiliaria**. Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express" que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo, introduciendo sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el *travel-check*.

Cesar Ritz es considerado (9) **jefe** de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo.



Mejóro todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración. Al estallar la (10) **Segunda** Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de (11) **autobuses** y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión, utilizado por minorías en (12) **breves** distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año (13) **1969**.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del **boom** turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo (14) **oriental**. En esta época se comienza a legislar sobre el sector. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que, una vez cubiertas las necesidades básicas, aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte la nueva legislación laboral adopta las vacaciones pagadas, la semana inglesa de (15) **seis** días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo, etc.), potencia en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo. Los grandes **touroperadores** lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo **charter**, que abarata el (16) **viaje** y lo populariza. Al principio de este periodo (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones. En los años 80 el nivel de vida se eleva y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos **charter**). La década de los 90 incluye grandes (17) **sucesos** como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo. Existe de nuevo un abaratamiento de los viajes por vía aérea por medio de las compañías de bajo coste, de la liberación de las compañías en muchos países y de la (18) **rápida** competencia de las mismas.

Escribe

7. La OMT define el turismo de la siguiente manera: "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo."

A continuación tienes otras definiciones, elige tres de ellas y explícalas:

Turismo es _____

- 1) hospitalidad comercializada;
- 2) agente democratizador;
- 3) una moderna actividad de ocio;
- 4) una moderna variedad del peregrinaje tradicional;
- 5) un proceso cultural;
- 6) un tipo de relaciones étnicas;
- 7) una forma de colonialismo.

PLAN TURISMO 2020

El modelo turístico actual se encuentra en fase de transformación por lo que es necesario dar un impulso conjunto para consolidar España como país líder mundial en turismo.

Para lograr que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio promovió el desarrollo del Plan Turismo 2020. Este Plan se aprobó en Consejo de Ministros de 8 de noviembre de 2007, fruto del consenso entre el sector público y privado.

El Plan Turismo 2020 responde a los retos que tiene planteado el turismo a presente y futuro a través de un nuevo modelo para los destinos turísticos maduros:

- > mejorando el posicionamiento en los mercados;
- > promoviendo y desarrollando productos experienciales innovadores;
- > impulsando una cultura del detalle y atención al cliente;
- > avanzando en la asunción de fuertes compromisos de sostenibilidad;
- > revalorizando recursos que fomenten un equilibrio socio-territorial del turismo;
- > profundizando en el terreno del conocimiento;
- > promoviendo la innovación y atrayendo y mejorando el talento.

El desarrollo turístico de España hoy y mañana se basará en:

- > la competitividad y la sostenibilidad medioambiental, social y económica;
- > el desarrollo de modelos de negocio sostenibles tanto medioambientalmente, como social y culturalmente;
- > la incorporación de la cultura de la innovación y de la mejora permanente como algo habitual en el Sector;
- > la atracción del talento y de la cultura emprendedora de la sociedad española al Sector del Turismo;
- > la sensibilización a la Sociedad de la importancia que el Sector Turístico tiene para todos nosotros.

Habla

8. Imagina que Italia tiene su Plan Turismo 2020. Intercambia ideas con tus compañeros y ayúdate del texto anterior. Establece algunos objetivos del plan.

- > ¿Qué perfil tendrá el turista del 2020?
- > ¿Cómo te esperas que sea el turismo en 2020? ¿Destinos? ¿Medios de transporte? ¿Tipos de alojamiento?...



Pues yo creo que utilizarán medios de transporte más ecológicos, como el tren.



Pues yo creo que los turistas van a elegir destinos menos conocidos.

AGENCIAS Y TOUOPERADORES

- > **AGENCIAS MAYORISTAS:** organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos que ofrecen a las agencias minoristas. No pueden ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor.
www.juliatours.es - www.pullmantur.es
- > **TOUOPERADORES:** organizan paquetes turísticos y pueden prestar todos o parte de los servicios.
www.mondojovent.com
- > **AGENCIAS MINORISTAS:** empresas privadas que hacen de intermediarias entre sus clientes y determinados proveedores de viajes (aerolíneas, hoteles, cruceros...), con el objeto de venderles productos y servicios relacionados con esos viajes, a unos precios y con unas condiciones especialmente atractivas.



Escribe

9. Contesta a las siguientes preguntas.

- 1) ¿Conoces algún *touroperador* italiano?
- 2) ¿Has entrado alguna vez en una agencia de viajes? ¿Dónde y de qué agencia se trata?
- 3) ¿Has viajado con un paquete turístico comprado en una agencia de viajes? ¿Qué tal te ha ido el viaje?
- 4) ¿Te gustaría trabajar en una agencia de viajes?
- 5) En tu opinión, ¿qué características debe tener un empleado de una agencia de viajes?

ALGUNAS REGLAS DE ORO DE LAS RESERVAS ONLINE

- > Para realizar la reserva *online* es necesario tener una tarjeta de crédito.
- > A la hora de escoger los días y hora de viaje de nuestras vacaciones, es posible que nos encontremos que no coincidan con nuestra disponibilidad, por lo que deberemos ser flexibles, ya que este recurso lo utiliza mucha gente y, por lo tanto, una oferta puede cambiar de un día a otro según la demanda.

Lee

10. Se pueden reservar hoteles y apartamentos, transportes y paquetes turísticos por Internet. Aquí tienes las direcciones de dos páginas web, visítalas y comprueba el precio de los siguientes viajes:

a. En tren:

Venecia → Roma;
 Florencia → Nápoles;
 Turín → Génova.

b. En avión:

Milán → Málaga;
 Roma → Barcelona;
 Pisa → Madrid.



<http://www.ferroviedellostato.it>



<http://www.iberia.com>

EL/LA GUÍA DE TURISMO



Escribe

11. Escribe en cada columna, por lo menos, cinco objetos relacionados directamente con un guía, un turista o ambos.

UN GUÍA	UN TURISTA	AMBOS
<i>micrófono</i>	<i>maleta</i>	<i>zapatos cómodos</i>
.....
.....
.....
.....

Lee

12. Coloca las palabras que aparecen a continuación debajo del concepto al que pertenecen.

Los siguientes términos se refieren al temperamento, el carácter, las habilidades y la forma de presentarse que debe caracterizar a todo guía:

<i>Vestir sencillo</i>	<i>Salir de aprietos y solucionar problemas</i>	<i>Hablar diferentes idiomas</i>
<i>Amable</i>	<i>Carácter firme y flexible</i>	<i>Aseo personal impecable</i>
<i>Hablar bien</i>	<i>Extrovertido</i>	<i>Estado mental perfecto</i>
<i>Cooperativo</i>	<i>Aplicar técnicas de grupo, animación</i>	<i>Tratar con extraños</i>

LA PERSONALIDAD

HABILIDADES

PRESENTACIÓN PERSONAL

1) Creativo	Manejar grupos	Buena presencia
2)
3)
4)
5)
6)

Lee

13. Lee el texto y responde a las preguntas.

REQUISITOS PARA LA HABILITACIÓN DE GUÍA DE TURISMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

La habilitación de guía de turismo de la Comunidad de Madrid se expedirá por la Dirección General de Turismo, y se entrega una credencial a aquellas personas físicas que reúnan los requisitos siguientes:

- a) Tener la nacionalidad de un país miembro de la Unión Europea o país asociado al Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo o de un país con convenio de reciprocidad con España, de acuerdo con las respectivas disposiciones de los instrumentos internacionales aplicables.
- b) Ser mayor de edad.
- c) Estar en posesión de alguna de las titulaciones siguientes:
 - > Técnico de Empresas y Actividades Turísticas o Técnico de Empresas Turísticas;
 - > Técnico Superior de Información y Comercialización Turística;
 - > Título superior Universitario o titulación equivalente. La homologación de títulos deberá acreditarse por la administración competente.
- d) Tener acreditado, mediante título o certificación de centros oficiales o de instituciones de reconocido prestigio, el conocimiento del castellano y de uno o más idiomas extranjeros.
- e) Superar las pruebas establecidas por la Dirección General de Turismo.



Examen de acceso

Las pruebas, que serán convocadas por la Dirección General de Turismo, tendrán carácter periódico, se realizarán en idioma castellano de forma oral y escrita, constarán de tres ejercicios y versarán sobre los siguientes temas:

- > Técnicas turísticas (examen tipo test con 50 preguntas).
- > Conocimientos sociales, culturales, históricos, artísticos, geográficos, políticos y económicos de España y particularmente de la Comunidad de Madrid. (Dos exámenes: uno escrito y otro de exposición oral pública).
- > Idioma/s extranjero/s (dos exámenes: uno escrito y otro oral).

- 1) ¿Puedes ser guía de turismo? ¿Por qué?
- 2) ¿Se puede ser menor y guía de turismo? ¿Por qué?
- 3) ¿Qué organismo entrega la credencial de guía de turismo?
- 4) ¿Es necesaria alguna titulación para ser guía de turismo? ¿Cuál?
- 5) ¿Es indispensable saber idiomas? ¿Por qué?
- 6) ¿El examen para ser guía de turismo es sólo escrito?
- 7) ¿Qué es fundamental para ser guía de turismo?

Carpeta 1

Turismo

Escucha



14. Escucha a Trinidad Sánchez Medina, guía de turismo, y después rellena los espacios.



CUALIDADES DE UN BUEN GUÍA DE TURISMO

- 1) Poseer dotes histriónicas y (1)..... de gentes.
- 2) Tener una amplia (2)..... general y querer compartir los conocimientos con otras personas.
- 3) Conocer los lugares donde realiza el servicio como la (3)..... de su mano.
- 4) Puntualidad y honradez.
- 5) Dominio del (4)..... en el que es guía.
- 6) Tolerancia y (5)..... en el trato.
- 7) Buena presencia, bien (6)....., debidamente identificado.
- 8) Haber participado en un curso de primeros (7).....
- 9) Saber hacer un itinerario (8)..... e interesante tanto para grupos reducidos como para grandes grupos.
- 10) Saber interpretar (9).....

Lee



15. Lee el siguiente texto y después responde a las preguntas.

GUÍA DE TURISMO, ACOMPAÑANTE Y JEFE DE GRUPO

La definición que el CEN (Comité Europeo de Normalización) establece para el término 'guía de turismo' en la Norma Europea EN 1809 sobre "Servicios turísticos. Agencias de viaje y touroperadores. Terminología", es la siguiente:

Guía de Turismo: Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre un lugar determinado, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

La Comisión Europea ha podido constatar que los problemas de libre circulación que han tratado se deben muy a menudo a la confusión de dos profesiones diferentes, aunque complementarias: la de guía de turismo y la de acompañante.

CEN también define la figura del acompañante y la de jefe de grupo de la siguiente forma:

- > **Acompañante:** Representante de un *touroperador* que proporciona asistencia básica a los viajeros.
- > **Jefe de grupo:** Persona que gestiona y supervisa el itinerario en representación del *touroperador*, asegurándose de que el programa se desarrolla tal y como está descrito en el contrato del *touroperador* y vendido al viajero o consumidor, y que además proporciona información práctica del lugar.

En España:

- 1) Todos los decretos reguladores de la actividad recogen el término 'guía de turismo' y se elimina el anterior de 'guía interprete' o 'guía intérprete de turismo'.
- 2) CEFAPIT (Confederación Española de Federaciones y Asociaciones Profesionales de Guías de Turismo) aglutina a la mayoría de los guías de turismo de España a través de las APITs (Asociaciones Profesionales de Guías de Turismo), presentes en casi todas las provincias españolas y es la voz en España y Europa de los guías de turismo debidamente cualificados y habilitados para desarrollar la actividad dentro de su ámbito específico de actuación.
- 3) CEFAPIT es consciente de la confusión y mal uso de términos, como por ejemplo 'guía local', 'guía oficial' y 'guía acompañante', términos muy extendidos pero que sólo traen confusión y malas interpretaciones. Por tanto, recomienda que se use únicamente el término 'guía de turismo' aprobado en la versión oficial, en español, de la Norma Europea EN 13809, aceptado y ratificado por FEG (Federación Europea de Guías de Turismo) y la WFTGA (Federación Mundial de Asociaciones de Guías de Turismo).



- a) ¿Qué es el CEN?
- b) ¿Qué diferencias hay entre guía de turismo y acompañante?
- c) ¿Qué profesión entre guía de turismo, acompañante y jefe de grupo te gusta más? ¿Por qué?
- d) ¿Qué es la FEG?
- e) ¿Conoces el nombre de una asociación de guías de tu país?

Escucha

16. Escucha la audición "El mejor guía de turismo del mundo" y completa esta ficha.

- > Nombre:
- > Nacionalidad:
- > Nombre del premio:
- > Años en los que este premio se ha otorgado:
- > Idiomas:
- > Lugar donde obtuvo su título de estudios:
- > Años de guía:
- > Cualidades que posee:
- > Proveniencia de sus turistas:
- > Duración de su estancia turística:
- > Lugares que visitan:
- > Rutas:

Lee → 17. Lee el texto "El guía de turismo en Italia" y rellena los huecos con las palabras del recuadro.

territorio - turístico - salida - provincial - asuntos - autocar - identificación
profesión - sanciones - calidad - atractivos - examen - lista - investigaciones

EL GUÍA DE TURISMO EN ITALIA

Sólo la presencia de un guía de turismo capacitado, con su preparación y competencia, sus dotes organizadoras, su habilidad de expresión, don de gentes y su buen conocimiento de al menos un idioma extranjero, puede asegurar el éxito de una excursión o de una visita.

¿QUÉ SIGNIFICA SER GUÍA DE TURISMO? • Todas estas características han sido evaluadas por un (1) _____ provincial que cada guía tiene que aprobar, después del cual empieza el verdadero trabajo: (2) _____, estudios exhaustivos, cursos, etc. Todo esto para asegurar un servicio de (3) _____. Esto es posible porque cada guía de turismo trabaja en un (4) _____ limitado (dentro de una o más provincias).

¿CÓMO SE RECONOCE A UN GUÍA DE TURISMO ACREDITADO? • Hay que controlar si posee una (5) _____ que lleve el apellido, el nombre, el número de inscripción en la (6) _____ provincial, los idiomas para los cuales ha obtenido la autorización y el territorio de acreditación jurídica. La posesión de este carné le evita las (7) _____ administrativas.

¿QUÉ DICE LA LEY? • "Es una *guida turistica* (guía de turismo) quien, de (8) _____, acompaña a individuos o a grupos en la visita de obras de arte, museos, galerías y excavaciones arqueológicas ilustrando los (9) _____ históricos, artísticos, monumentales, paisajísticos y naturales. La capacitación del ejercicio de la profesión de guía de turismo tiene valor (10) _____" (D.G.R. n. 58-5344 del 18.02.2002).

¿QUIÉN NO SE PUEDE LLAMAR GUÍA? • No es siempre fácil distinguir entre las distintas figuras profesionales que trabajan en el sector (11) _____ en Italia. Éstas son las diferencias principales:

- > El *accompagnatore turistico* (en español se llama acompañante) difiere del guía de turismo en que acompaña a individuos o a grupos organizados desde la ciudad de (12) _____ hasta el final del viaje, mientras que el guía de turismo no puede salir de su territorio (el objetivo es permitirle adquirir unos conocimientos exhaustivos del mismo). El acompañante se ocupa de los (13) _____ prácticos (hoteles, restaurantes, varios servicios, problemas que pueden surgir, etc.). Puede dar unos elementos significativos y unas noticias de interés turístico sobre las zonas de tránsito, fuera del ámbito de competencia de los guías de turismo, pero no puede, bajo ningún concepto, explicar cuando baja del (14) _____.
- > El *accompagnatore naturalistico* o *guida escursionistica* (guía para el excursionismo ambiental) acompaña a individuos o a grupos en zonas de interés natural y ambiental, ilustrando sus características. No tienen ninguna formación sobre el patrimonio histórico ni artístico.

Escribe → 18. Escribe cinco características fundamentales para ser un buen guía y cinco que excluyan a una persona de esta profesión.

Habla

19. Lee el siguiente texto y comenta con tu compañero si cumples los requisitos que se piden.

IBUSCAMOS GUÍAS TURÍSTICOS PARA NUESTRA TEMPORADA ALTA EN ARGENTINA!

¿Te gustaría trabajar como guía turístico en Argentina? ¿Deseas un trabajo flexible y entretenido que te permita ganar un buen sueldo? ¿Eres una persona sociable, con energía y disfrutas estando al aire libre?

El Gaucho Asociación de Guías de turismo es el mayor proveedor de visitas en bicicleta y a caballo en Argentina. Estamos buscando y formando a guías de turismo para nuestra temporada alta. No se requiere experiencia previa, nosotros nos encargaremos de proporcionarte la formación adecuada que necesites para llegar a ser un muy buen guía de turismo.

Requisitos:

- > Tener un buen dominio del castellano y del inglés.
- > Ser capaz de montar en bicicleta y a caballo.
- > Amar la naturaleza.

Preferencias:

- > Candidatos con algún tipo de experiencia previa en visitas guiadas.
- > Candidatos con voces potentes que se encuentren cómodos siendo el centro de atención.
- > Buen contador de historias y con don de palabra.

Cómo solicitar un puesto:

- > Envía un correo electrónico con tu *currículum vitae*.
- > Asegúrate de incluir tu número de teléfono para que podamos concertar una cita contigo.
- > Comunícanos si tienes preferencias para trabajar como guía en bicicleta o a caballo.



Escribe

20. Lee las siguientes informaciones y escribe un correo electrónico pidiendo un servicio con estos datos: tipo de excursión, fecha, idioma, número de turistas del grupo.

Descripción General: Somos una asociación profesional de guías turísticos oficiales e intérpretes del patrimonio histórico artístico andaluz con 45 años de existencia en el sector. Contamos con un gran número de profesionales, estando todos debidamente habilitados como guías por la Junta de Andalucía y por el Museo Picasso de Málaga.

Tipo de servicio: Guías Turísticos Andalucía, Guías de Turismo Málaga, excursiones, visitas culturales, senderismo, etc.

Nuestros servicios:

- > Excursiones a Granada, Córdoba, Sevilla, Jerez, pueblos blancos, Gibraltar y Ceuta.
- > Excursiones en la provincia de Málaga: Marbella y Puerto Banús, Nerja con cuevas, y Ronda.
- > Excursiones en la ciudad de Málaga (máximo cuatro horas).
- > Visitas culturales en Málaga.
- > Málaga tapas.
- > Visitas especiales.

Idiomas del servicio: español, inglés, francés, alemán, holandés, italiano, finlandés, sueco, danés, noruego, árabe, japonés y árabe.



www.guiasdemalaga.com

EL RINCÓN DE LA COMUNICACIÓN

Presentar a alguien

Formal	Informal
¿Me permite presentarle a nuestro nuevo socio?	Juan, te presento a mi socio.
¿Puedo presentarle a la directora gerente de la agencia de viajes?	Mira, Marisa, te presento a María, mi compañera de la agencia de viajes.

Presentarse

Hola, mi nombre es Juan, socio de Turismo.es. Hola, soy Alberto Fernández, presidente de Turespaña	Hola, me llamo Juan.
---	----------------------

Responder a una presentación

¡Es un placer conocerle! ¡Encantado/a de conocerle!	¿Qué tal? ¿Qué hay? ¡Hola!
--	-------------------------------

Preguntar por la necesidad de una presentación

¿Falta alguien por presentar?

Pedir ser presentado

¿Me presentas al nuevo director?
¿Por qué no me presentas a tus compañeros de agencia?

Identificar

> **Artículo (+sustantivo) (+adjetivo) + oración de relativo + verbo**
Los (empleados) (voluntarios) que asistan al curso de protocolo pueden salir antes.
> **Artículo + de**
Los de la feria de turismo pueden pasar.

Saludar y responder

- ¡Hola, Pablo! ¿Cómo andas? ¿Qué tal?
- Muy bien, gracias / Fenomenal / Estupendamente, ¿y tú?
- ¡Buenas!
- ¡Hola!
- Victoria, ¡qué alegría! / ¡Cuánto tiempo sin verte!
- ¡Igualmente. ¿Cómo te va?

Comparar diferentes situaciones

- > **Parecido entre dos personas, acciones o cosas**
 - Tu compañero de trabajo se parece bastante a un amigo mío.
 - Los objetivos de Turespaña se parecen a los de ENLT.
 - La campaña turística de estas dos regiones se parecen bastante.
- > **Parecido muy grande**
 - Ser idéntico/-a (a)
 - Ser clavado/-a (a)
- > **Presentar dos cosas como análogas o equivalentes**
 - Ser + como / equivalente a

EL RINCÓN DE LA GRAMÁTICA

LOS ARTÍCULOS

> **NO SE USA el artículo determinado e indeterminado delante de los adjetivos posesivos.**
Mi agencia de viajes está cerca de la catedral. / Un amigo nuestro es inglés.

La mia agenzia di viaggi si trova vicino alla cattedrale. / Un nostro amico è inglese.

> **Tampoco se usa con los nombres de países a no ser que lo lleven con su nombre o que tengan una especificación después.**

España es un país muy interesante. / La España del norte es húmeda.

La Spagna è un paese molto interessante. / La Spagna del nord è umida.

> **El artículo determinado sin nombre, seguido por de/que significa ciò che/quello che.**

El de mi grupo es más simpático. / Lo que no entiendo es su obstinación.

Quello del mio gruppo è più simpatico. / Quello che non capisco è la sua ostinazione.

> **El artículo indeterminado no se usa delante de otro/a.**

¿Puede enviarme otro fax? / Può inviarmi un altro fax.

> **El artículo indeterminado tiene la función del partitivo italiano y además expresa una cantidad aproximada.**

¿Te importaría escribir unas cartas para mañana? Tengo que contestar a unos diez clientes.

Ti dispiacerebbe scrivere delle lettere per domani? Devo rispondere a circa dieci clienti.

> **El apóstrofe en español no existe. Si un sustantivo femenino empieza por a/ha tónica el artículo singular va en masculino.**

El/un alma, el/un ánfora, el/un agua, el/un hambre, el/un hacha pero las/unas almas, las/unas ánforas etc.

Por lo tanto: *La/una amiga y la/una áspera lucha* (el sustantivo **amiga** no empieza por "a" tónica y **áspera** es un adjetivo).

LOS SUSTANTIVOS

> **Algunos sustantivos españoles no coinciden con el género en italiano.**

el análisis	la sangre
el mapa	el correo
el aire	el coche
la tienda	la sal
las gafas	la carne
la miel	la oficina
la sonrisa	la leche
la bota	la serpiente
el domingo	la flor
el miedo	el zapato

> **Algunos nombres se utilizan sólo en plural.**

Las gafas, las tijeras, las matemáticas ...

ADJETIVOS Y COMPARACIÓN

> Normalmente el adjetivo se coloca después del sustantivo, pero algunos adjetivos cambian el sentido de la frase según la posición.

Un hombre pobre. Un uomo povero (senza soldi).

Un pobre hombre. Un uomo insignificante.

> Algunos adjetivos (malo, bueno, alguno, etc.) pierden la -o final delante del sustantivo.

Un niño bueno. Un buen niño.

COMPARATIVOS DE SUPERIORIDAD	COMPARATIVOS DE IGUALDAD	COMPARATIVOS DE INFERIORIDAD
Más ... que	Tanto (ante adjetivo y adverbio se apocopa en TAN) ... como	Menos ... que

> Si el segundo término de la comparación es una expresión numérica, ésta va precedida por *de*.

Pablo tiene más de 15 años. Paolo ha più di 15 anni.

> Si el segundo término de la comparación es una proposición se añade *de lo que*.

Paloma es más lista de lo que parece. Paloma è più furba di quello che sembra.

> Si la forma es negativa:

No tengo más de 20 euros para ir a cenar fuera (quiere decir que tengo algo menos de 20 euros). No tengo más que 20 euros para cenar fuera (quiere decir que tengo sólo 20 euros).

> Si el segundo término de la comparación es un pronombre personal se usa el sujeto.

Mi hermana es más baja que yo. Mia sorella è più bassa di me.

> Algunos adjetivos tienen una forma propia para indicar la comparación de superioridad: *grande/mayor, pequeño/menor, malo/peor, bueno/mejor.*

> SUPERLATIVO RELATIVO:

Jorge es el más simpático de todos. Giorgio è il più simpatico di tutti.

> SUPERLATIVO ABSOLUTO: se añade el sufijo *-ísimo*.

Guapo-guapísimo.

Hay algunos cambios ortográficos (rico-riquísimo, largo-larguísimo, amable-amabilísimo ...).

PRONOMBRES PERSONALES

sujeto	complemento	
	directo o indirecto	con preposición
yo	me	mí
tú	te	ti / usted
él / ella / usted	lo / la / le (se)	él / ella / sí
nosotros / nosotras	nos	nosotros / nosotras
vosotros / vosotras * (español peninsular) ustedes (Canarias y América)	os / les	vosotros / vosotras / ustedes
ellos / ellas	los / las / (se)	ellos / ellas / sí

* *¿Vosotras habláis inglés?* (la pregunta se dirige a un grupo femenino).
No, *nosotras* hablamos sólo español.

> El uso de *usted* y *ustedes* es obligatorio cuando se utiliza un registro formal.
Usted puede sentarse aquí y ustedes en los asientos del fondo. Lei può sedersi qui e Voi sui sedili in fondo.

> En las Islas Canarias y América no es muy habitual la forma familiar *vosotros-as*. Se usa *ustedes*.

> Para indicar un sujeto colectivo.
Los italianos comemos mucha pasta. / Los guías necesitáis un autobús nuevo.
Noi italiani mangiamo molta pasta. / Voi guide avete bisogno di un autobus nuovo.

> Con las partículas *como*, *entre* y *según* se usa la forma sujeto.
José habla italiano como tú. / Entre tú y yo prepararemos la reunión. / Según tú, ¿aquel señor es el nuevo director?
José parla l'italiano come te. / Fra me e te prepareremo la riunione. / Secondo te, quel signore è il nuovo direttore?

> Yo que *tú / él, ella / usted...* *Se fossi in te / lui, lei...*
> Los cinco iremos en avión. *Tutti e cinque andremo in aereo.*

> La partícula italiana *ne* no existe en español:
¿Cuántos empleados tiene esa agencia? Tiene tres.
Quanti impiegati ha codesta agenzia? Ne ha tre.

> El pronombre *se* va siempre delante de cualquier otro pronombre complemento.
Se me ha roto el móvil. / Se te nota que estás cansado. / Se le han roto las gafas.
Mi si è rotto il cellulare. / Si nota che sei stanco. / Gli si sono rotti gli occhiali.

> La preposición *con* + pronombres *me - te - se*.
Conmigo - contigo - consigo (con nosotros - con vosotros - con ellos).
Los llevo conmigo al cine. / Vamos contigo al cine. / Se los lleva consigo.
Li porto con me al cinema. / Veniamo con te al cinema. / Se li porta sempre con sé.

¡A PRACTICAR!

1. Escribe las frases que dirías en las siguientes situaciones.

- a. Estás en la terraza de una cafetería y de pronto ves a un antiguo amigo tuyo del que hace mucho tiempo que no sabes nada.

.....

- b. Te encuentras en la inauguración de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR) y quieres que un compañero te presente al alcalde de Madrid.

.....

- c. Eres el anfitrión de una reunión y antes de continuar quieres comprobar que todo el mundo se conoce.

.....

- d. Preséntate ante un posible cliente que está mirando tu expositor.

.....

2. En una actividad anterior, hemos visto dos modelos de organismos nacionales de turismo (Turespaña y E.N.I.T.). Vuelve a leer los textos y compara ambos organismos.

3. Completa con el artículo determinado adecuado al sustantivo.

.....	gafas	sal
.....	flor	correo electrónico
.....	sangre	jefe
.....	hambre	inflación
.....	coche	serpiente

4. Completa con el artículo determinado o indeterminado cuando sea necesario.

- España está entre los primeros países de Europa en densidad de centros comerciales.
- empresarios pedimos una ley que facilite el comercio con los países asiáticos.

3. La mesa de tu despacho es demasiado pequeña para trabajar, ¿podrías cambiarla con de Paloma que ya no trabaja aquí?
4. Por favor, ¿me trae folios más que no tengo papel en la impresora?
5. Tengo que estar en el aeropuerto dos horas antes de que salga el avión.

5. Completa con el artículo determinado o indeterminado.

1. En mi agencia aire acondicionado es imprescindible en meses de verano.
2. He viajado mucho pero me queda por ver India y Méjico.
3. Necesitamos ordenador ya que de Raquel está estropeado.
4. Mañana tengo reunión importante con tres *touroperadores* mejicanos.
5. Las carpetas rojas están aquí, verdes están en otro cajón.


6. Completa con los pronombres personales adecuados.


1. ¿Por qué no te vienes a hablar con el director? No puedo, ha roto el coche y tengo que ir al taller.
2. Si estás convencido, entre y llevaremos adelante todo el proyecto.
3. ¿ puede decirme cuándo piensa pedir el traslado? estoy esperándolo.
4. Siempre lo he dicho: para no es importante cuántas horas trabajas sino cómo trabajas, y yo que me aplicaría más para mantener mi trabajo.
5. José ha visitado muchos países como, así que podríais organizar una conferencia, aunque han dicho que es un poco tímido.

7. Completa con los comparativos según convenga.


1. La cerveza está (+) buena la sangría.
2. En este camping hay (-) tiendas de campaña en el de Montaña Roja.
3. En Asturias llueve mucho (+) en Andalucía.
4. La excursión a Ronda fue (+) interesante lo que pensaba.
5. La guía turística de este viaje tiene 5 años (+) yo.

Anexo 16: Material 14

CANARIASDatos de interés 10'09"



Canarias



DATOS DE INTERÉS

Provincias: Santa Cruz de Tenerife, que engloba las cuatro islas occidentales de El Hierro, La Palma, La Gomera y Tenerife; y la provincia de Las Palmas de Gran Canaria, que incluye las tres islas orientales, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote.

Capital: Santa Cruz de Tenerife en la isla de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria en Gran Canaria.

Habitantes: 1 600 000

Superficie: 7273 km²

Gobierno autonómico: Gobierno de Canarias.

Productos: tabaco, plátano, tomate, frutos tropicales, vinos, quesos y pescado.

Sugerencias gastronómicas: "papas arrugadas", patatas hervidas con piel en abundante agua salada; suelen ir acompañadas de "mojo", una salsa picante que presenta diversas variantes, se prepara a base de aceite y vinagre, con una mezcla de diversos ingredientes como ajos, perejil o pimienta. Otra receta es el "gofio", harina tostada de trigo, cebada o maíz que acompaña diversos platos.

Fiestas: carnavales, especialmente los de Santa Cruz de Tenerife y los de Las Palmas de Gran Canaria.

Personajes: Benito Pérez Galdós, considerado uno de los mejores escritores realistas de finales del siglo XIX, y César Manrique, artista lanzaroteño que luchó por preservar a la naturaleza del crecimiento turístico de la isla de Lanzarote.


10

COSAS DE CANARIAS

Las islas afortunadas	El archipiélago canario está formado por siete islas y media docena de islotes. Uno de los primeros nombres que recibieron las islas en tiempos de los griegos fue el de "islas afortunadas". Estas islas paradisíacas de sol y playas de fina arena gozan de una temperatura primaveral durante todo el año.
Clima	Las islas Canarias están situadas a poco más de 4° del Trópico de Cáncer y cerca de las costas saharianas, por lo que deberían ser unas islas muy calurosas; pero los vientos alisios, la corriente del golfo y, en zonas montañosas, las elevadas cumbres determinan que estas islas tengan una temperatura media anual de 22° C. En invierno, la temperatura media es de 19° C y en verano, de 25° C. No obstante, en las islas en las que hay un desnivel más acusado, como por ejemplo Tenerife, hay microclimas. El clima en estas islas puede cambiar radicalmente en pocos kilómetros: es posible estar tomando el sol en la playa y ver nevar al mismo tiempo en las cumbres de las montañas.
Islas volcánicas	La variedad de paisajes de las islas Canarias es el resultado de su gran actividad volcánica: desde singulares formaciones de lava hasta enormes volcanes coronados por sus cráteres. En las islas de Tenerife, Lanzarote, El Hierro y La Palma todavía se registra un vulcanismo muy activo.
Flora	Los microclimas, el origen volcánico y las diferentes alturas de cada isla influyen en la enorme variedad de especies de la flora canaria. En las Canarias se encuentran especies que se extinguieron en otros lugares del mundo, por lo que se considera a la flora canaria un museo vivo que ha atraído el interés de botánicos y naturalistas de todo el mundo.
El drago	Entre las diversas plantas autóctonas que pueden encontrarse en el archipiélago, el drago (<i>dracaena draco</i>) es una de las más emblemáticas y extrañas de las islas. Puede alcanzar varios siglos de edad y es especialmente célebre por su savia rojiza a la que se le atribuyen propiedades medicinales y legendarias. Era el árbol sagrado de los guanches; junto a él solían celebrar el <i>tagoror</i> (consejo), que eran las reuniones donde los <i>mencey</i> tomaban las grandes decisiones. El drago más antiguo que se conoce se encuentra en Icod de los Vinos, en Tenerife.
El plátano	Entre la gran variedad de cultivos tropicales que existen en las islas destaca el del plátano, que es, junto al tomate, el principal producto de la agricultura canaria. No sólo se toma como postre, sino también frito y como acompañamiento de arroces.
El vino	Las islas Canarias eran famosas en los siglos XVI y XVII por su vino. En la actualidad, son muy apreciados los vinos tintos y blancos de Tenerife. Asimismo, son bebidas típicas de Canarias el ron miel y el licor de plátano.
La hora	Por su situación geográfica, en las Canarias hay una diferencia horaria respecto a la Península de una hora. En emisiones televisivas y radiofónicas nacionales es común oír la típica frase "una hora menos en Canarias". La misma versión en emisiones locales de las Canarias es "una hora más en la Península".



- Los guanches** Los primeros habitantes de las islas fueron los **guanches**. En el siglo XV, los Reyes Católicos invadieron y conquistaron estas islas y descubrieron entonces a sus pobladores. Los antiguos canarios eran, según los conquistadores, de piel clara, muy altos, musculosos y de gran belleza; vivían en los acantilados, en grutas o en pequeños poblados con casas de planta circular. Aunque su origen continúa siendo incierto, se cree que se instalaron en el archipiélago en los siglos I-II a.C., procedentes del norte de África. Cuando llegaron los europeos, estos pueblos vivían en culturas neolíticas, basadas en el pastoreo, la recolección de frutos y una limitada agricultura. La sociedad guanche estaba formada por el *mencey* (rey), los *achimencey* (aristócratas), los *cichiciquitzos* (la capa media) y los *achicaxna* (plebeyos). El ganado y la tierra eran propiedad del *mencey*, que las repartía entre las clases superiores. Los guanches veneraban a un dios supremo que identificaban con *magec* (el sol). Este dios tenía a su vez una diosa madre, que no tardaron en identificar con la virgen cristiana. Al mismo tiempo, existía una divinidad del mal, *Guayota*, que vivía en *Echeyde* (el fatídico), en el Teide, el volcán más grande de las islas. Además del culto a estas divinidades, los guanches hacían ofrendas en montañas, cuevas y orificios naturales. De sus antiguas ceremonias se conservan algunos bailes, juegos, etc. En la actualidad, paseando por Canarias podemos encontrar diferentes lugares donde se constata la pervivencia de esta civilización, extinguida por los conquistadores españoles.
- El cabildo** El **cabildo** es el órgano de gobierno y administración local de cada isla.
- Gran Canaria** Se le ha llamado también el pequeño continente por su diversidad de climas, ambientes y paisajes. En la capital, Las Palmas de Gran Canaria, predomina un ambiente urbano con edificios modernos y una gran actividad comercial que contrasta con el paisaje boscoso del interior, con altas cumbres y laderas verdes pobladas con típicos caseríos. En el norte hay bosques de pino canario y plataneros. El sur de **Gran Canaria** es la mayor zona turística de España, con numerosas playas en las que se pueden practicar diversos deportes náuticos, submarinismo, etc.
- Fuerteventura** Es la isla más antigua del archipiélago, la de mayor longitud y la de menor densidad de población. Posee grandes llanuras, zonas arenosas y playas de arena fina y dorada, y está azotada constantemente por fuertes vientos. Separada de África por un estrecho corredor, atrae a submarinistas y aficionados a la pesca.
- Lanzarote** **Lanzarote** es singular por su formación geológica volcánica y por ser una isla muy frecuentada por el turismo. En ella se han producido erupciones recientes, en los siglos XVII y XVIII, que dejaron la isla calcinada y cubierta de ceniza. Su paisaje parece de otro mundo, tal vez por eso se ha hablado de "paisaje lunar". Es admirable el modo en que los lanzaroteños han sabido aprovechar el suelo de esta isla, un buen ejemplo es La Gería, una zona con una sucesión de cráteres en miniatura convertidos en cuna de viñedos. Por último, es de obligada mención Cesar Manrique, artista que consiguió preservar a la naturaleza de Lanzarote del desarrollo turístico. Estableció unos límites y patrones en las formas y los colores de las nuevas construcciones que respetaban la uniformidad paisajística de la isla.

- La Gomera** El paisaje de esta isla se caracteriza por los barrancos, imponentes acantilados, bancales, roques y fortalezas. Muchos gomeros conservan costumbres muy antiguas: se ayudan con palos y pértigas para salvar el terreno, o utilizan el lenguaje que ya empleaban los antiguos pobladores para comunicarse de una montaña a otra, el silbo gomero.
- Tenerife** Es la mayor en extensión y la que posee las cumbres más elevadas del archipiélago. **Tenerife** tiene dos zonas climáticas claramente diferenciadas: el sur es cálido y soleado, con playas de arena dorada; el norte es verde y fértil, con una flora muy variada, frondosos montes y grandes zonas de cultivo. Una de las especies más cultivadas en la isla son los plátanos. Sus costas presentan calas en medio de rocosos acantilados y playas de arena finísima, negra o dorada.
- El Teide** El pico del **Teide** se encuentra en Tenerife. Es un volcán vivo de 3718 metros de altitud y está situado en el Parque Nacional de Las Cañadas del Teide, el mayor y el más antiguo de los Parques Nacionales de las Canarias. El Teide es la cumbre más elevada del territorio español.
- 
- El carnaval de Tenerife** Según escritores y viajeros del siglo XVIII, las familias ricas celebraban bailes de disfraces en sus casas y las clases bajas lo hacían en las calles, a pesar de que las autoridades civiles y eclesiásticas prohibían los bailes y las bromas de máscaras en la vía pública. En la época franquista se prohibió esta fiesta, hasta que los tinerfeños la recuperaron de forma clandestina, y la celebraban en sus casas. Ya sin las censuras de la dictadura franquista, las Fiestas de Invierno, como así se llamaban, adoptaron la denominación de Carnaval. Sin embargo, fue en 1980 cuando el **Carnaval de Santa Cruz de Tenerife** alcanzó su más alto reconocimiento, al ser declarado Fiesta de Interés Turístico Internacional por la Secretaría de Estado para el Turismo. Siete años después, en 1987, esta fiesta reunió a más de 200 000 personas en un baile celebrado al aire libre, lo que le valió su entrada en el Libro Guinness de los récords.
- La Palma** Esta isla tiene la mayor altura del mundo en relación a su perímetro y cuenta con los mayores desniveles del planeta. Con un clima fresco y húmedo, es una isla fértil, montañosa, arbolada y está dominada por el verde: bosques de pino canario, laureles, helechos gigantes... Es conocida también por sus cigarrillos puros, hechos a mano. Aquí se encuentra el Observatorio Astrofísico Internacional.
- El Observatorio Astrofísico Internacional** El **Observatorio Astrofísico Internacional del Roque de los Muchachos** está situado a 2400 metros, en la parte más alta de La Palma, en la cima que bordea el cráter del Parque Nacional de La Caldera de Taburiente. La calidad del cielo palmero y la limpieza de su atmósfera han sido el motivo de que se eligiera esta ubicación. Además, los habitantes de esta isla utilizan una iluminación pública especial para no interferir de noche en la observación astronómica. Es el más importante grupo de telescopios del hemisferio norte.

- El Hierro** Es la isla más pequeña y la menos poblada del archipiélago, sus edificaciones no sobrepasan las dos plantas. No es isla de aglomeraciones turísticas, sino que interesa sobre todo a naturalistas por su riqueza de paisajes: escarpados acantilados, cultivos tropicales, paisajes de lava cortada, bosques de pinos, etc. Uno de los árboles más extraños y característicos de la isla son las sabinas, que pueden ser milenarias y se caracterizan por tener el tronco retorcido por los fuertes vientos.
- La lucha canaria** La **lucha canaria** es un deporte que refleja la pervivencia de las raíces guanches en Canarias. Su objetivo consiste en hacer perder el equilibrio al contrario, hasta hacerle tocar el suelo con cualquier parte de su cuerpo que no sea la planta del pie. Está prohibido cualquier tipo de golpe que implique hacer daño al rival.

PALABRAS

archipiélago: conjunto de islas.

bancal: rellano de tierra situado en una montaña o en una pendiente que se aprovecha para algún cultivo.

cabildo: órgano de gobierno y administración local de cada isla.

canario/a: de Canarias.

cráter: boca, cañón del volcán por el que se expulsa lava, bombas y gases.

gofio: harina tostada que acompaña diversos platos.

guanche: primeros pobladores de las Canarias.

isla: territorio rodeado de agua por todas partes.

lava: materia fundida que se expulsa por el cráter de un volcán y que, al enfriarse, forma rocas volcánicas.

mojo: salsa a base de aceite y vinagre que suele acompañar a las "papas arrugadas" y otros platos típicos de las Canarias.

papas: forma de llamar a las patatas, también característico de otras zonas de España.

Península: denominación que utilizan los canarios para referirse al territorio español de la Península.

plátano: fruta típica de Canarias, similar a la banana pero más pequeña.

volcán: abertura en la tierra o en una montaña por donde sale humo, llamas y lava.

Más información en: www.saturno-canarias.org

¿QUÉ SABES SOBRE CANARIAS?

CANARIAS

A. ¿Qué sabes sobre Canarias? Marca la respuesta que creas correcta.

1. Las islas Canarias están...

- a) en el mar Mediterráneo.
- b) frente a las costas de Venezuela.
- c) en el Atlántico, cerca de las costas de África.



2. Canarias está formada por...

- a) cinco islas.
- b) siete islas.
- c) cuatro islas.

3. Las tres islas más grandes de las Canarias son...

- a) Tenerife, Mallorca y Menorca.
- b) Mallorca, Menorca e Ibiza.
- c) Tenerife, Gran Canaria y Fuerteventura.

4. Las islas Canarias son españolas desde...

- a) el siglo XVIII.
- b) el siglo XV.
- c) el siglo XX.



5. En Canarias hay muchos...

- a) monumentos romanos.
- b) volcanes.
- c) animales salvajes.

6. La fiesta más importante de las Canarias es...

- a) la Navidad.
- b) la Semana Santa.
- c) el Carnaval.

7. Los inviernos en Canarias son...

- a) templados.
- b) fríos.
- c) calurosos.



8. Tres de los principales productos canarios son...

- a) el algodón, el tabaco y el café.
- b) la lechuga, la fresa y el espárrago.
- c) el plátano, el pescado y el vino.

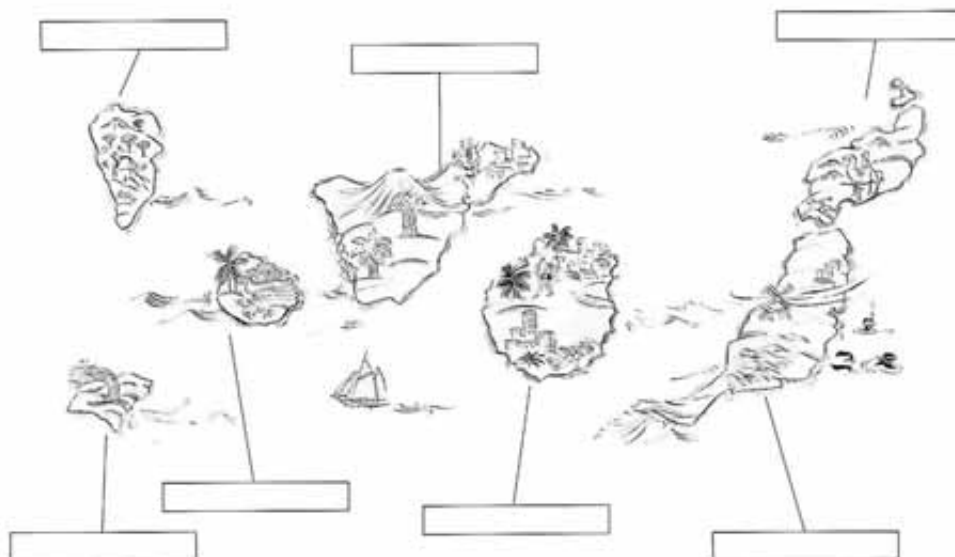
B. Compara tus respuestas con las de tu compañero.

 C. Ahora puedes dar un paseo por las islas Canarias y comprobar tus respuestas.

15

A. Lee el texto y después escribe en el recuadro el nombre de cada isla.

Para conocer las Canarias hay que saber descubrir cada isla. Ninguna es igual a las otras. De este a oeste aparecen, en primer lugar, las dos islas menos elevadas, **Lanzarote** y **Fuerteventura**. La primera, la más oriental, de extraños paisajes volcánicos, y la segunda, de inmensas playas, es un paraíso para submarinistas y windsurfistas. Un poco más hacia occidente se encuentra **Gran Canaria**, redonda, un continente en miniatura, con zonas de gran actividad turística y comercial y rincones con una gran variedad de microclimas. En el centro del archipiélago, **Tenerife**, la isla más grande y donde se sitúa el punto más alto de la geografía española: el pico Teide, con sus casi 4000 metros sobre el nivel del mar. El sur de la isla es cálido y soleado con suaves playas de arena; el norte es verde y rico en cultivos. Un poco más hacia el oeste y muy cerca de Tenerife está **La Gomera**, un lugar ideal para la paz y el descanso. En el extremo occidental se encuentra **El Hierro**, la isla más pequeña de Las Canarias, la que está más cerca de América, tiene una costa abrupta, paisajes de lava cortada, cultivos tropicales y extensos bosques. **La Palma**, también llamada "la isla bonita", está situada al norte de El Hierro, su tierra es fértil y en toda la isla predomina el color verde. Es una isla sorprendente, llena de pájaros exóticos, bosques, cascadas...



B. Ahora puedes ver el vídeo para comprobar tus respuestas y disfrutar de tu paseo por las Canarias. Intenta averiguar también qué islas corresponden a cada provincia de Canarias. ¿Cuáles pertenecen a Santa Cruz de Tenerife y cuáles, a Las Palmas de Gran Canaria?

IMÁGENES DE CANARIAS

CANARIAS

A. ¿Qué imagen crees que corresponde a cada texto?

- A** Las islas Canarias están situadas cerca de las costas de África y en la ruta hacia América. En la Antigüedad se conocían con el nombre de "islas afortunadas", se consideraban como un paraíso al final del mundo, en las fronteras de lo desconocido.
- B** Estaban habitadas por diferentes pueblos a los que, de manera genérica, se les conoce con el nombre de guanches. Vivían en cuevas o en pequeños asentamientos al borde de los campos de lava. No se sabe cómo llegaron a las islas ni tampoco cuál es su origen. La mayoría de los investigadores piensa que los guanches son de origen berebere, la etnia más antigua y numerosa del África septentrional.
- C** Es difícil encontrar un lugar donde la naturaleza haya sido tan generosa. La flora canaria es un museo vivo que atrae el interés de botánicos y naturalistas de todo el mundo. Hay más de 500 plantas endémicas en el archipiélago que se han conservado gracias a la estabilidad del clima.
- D** El archipiélago canario está lleno de rincones que merece la pena visitar. La cultura se vive paseando por los barrios antiguos, por las calles y las plazas. La arquitectura de las Canarias tiene aportaciones gallegas, andaluzas, portuguesas, hispanoamericanas e inglesas.
- E** Las técnicas y las labores artesanales se han conservado y transmitido de padres a hijos. En casi todos los pueblos existen talleres y tiendas donde se pueden contemplar las mejores piezas de la artesanía isleña que también se muestra en ferias y centros de arte popular.
- F** Las fiestas populares se celebran en todos los pueblos, en ellas se mezclan elementos de diversas culturas y épocas; el folclore y la tradición son los auténticos protagonistas. Los carnavales, llenos de ritmo y color, son muy conocidos en todo el mundo.

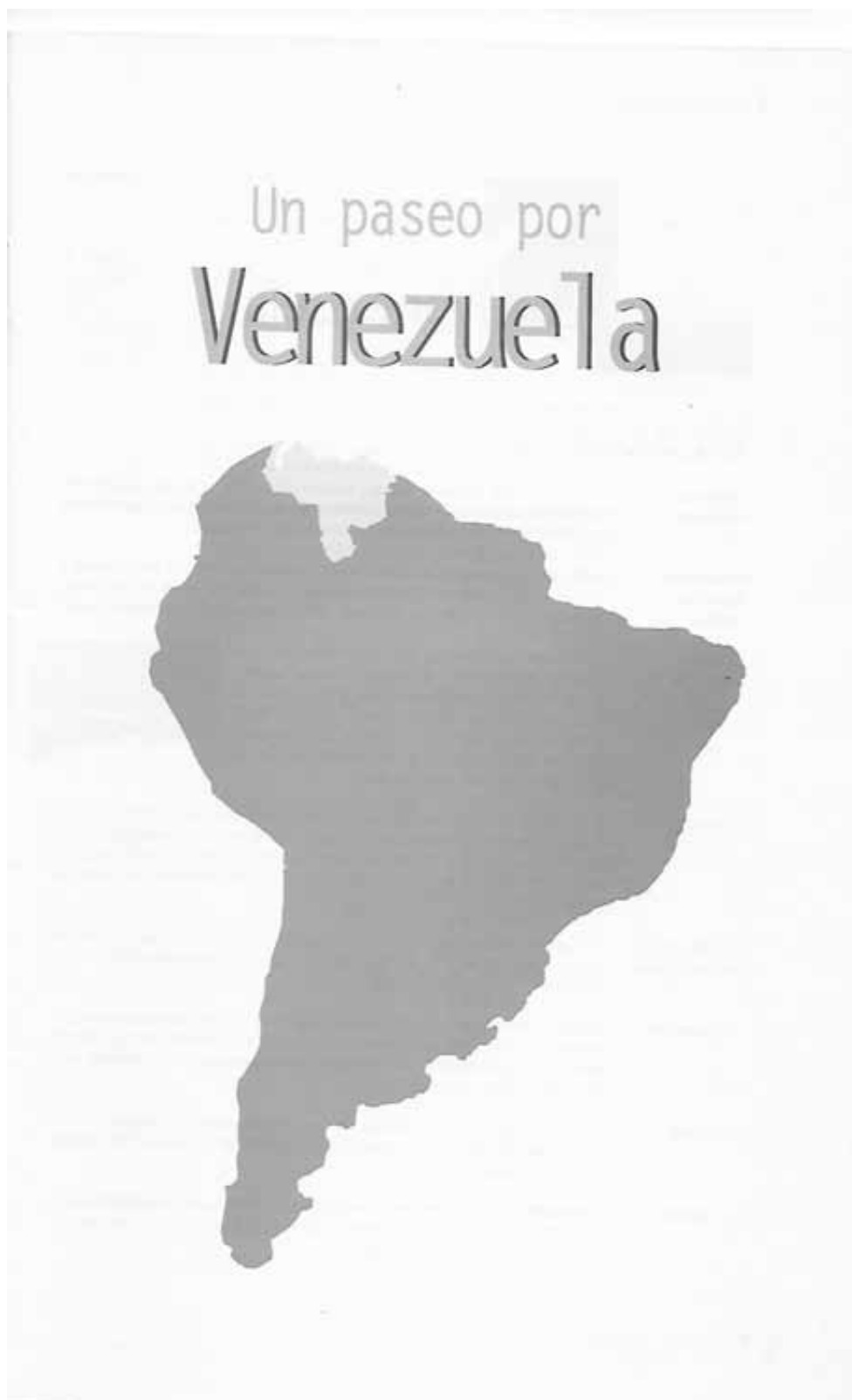


B. Compara tus respuestas con las de tu compañero.

- C.** Ahora puedes ver el vídeo para comprobar tus respuestas.

17

Anexo 17: Material 15





Venezuela

COSAS DE INTERÉS

- | | |
|--|---|
| Venezuela, el nombre | En el tercer viaje al Nuevo Mundo, Américo Vespucio, al ver los palafitos de Coquivacoa, se dice que recordó Venecia y por eso llamó a estas construcciones Pequeña Venecia, derivándose así el nombre de Venezuela. |
| El Caribe o Mar de las Antillas | Límita con el continente americano y con los arcos insulares de las Pequeñas y Grandes Antillas. Se caracteriza por la transparencia de sus aguas, por su temperatura cálida y constante, por la luz que reflejan sus aguas y por su peculiar color. |
| La Isla de Margarita | Ubicada en el mar Caribe, esta isla turística tiene una extensión de 1072 km ² y en ella viven 118 000 personas (margariteños). Es un puerto libre y, por tanto, un lugar excelente para hacer compras. Sus principales ciudades son La Asunción y Porlamar. Las actividades económicas principales de la isla, además del turismo, son la pesca y el cultivo de perlas. |
| Orinoco | Es un río de la América del sur en la vertiente atlántica. Nace en el macizo de Guayana, cerca de la frontera con Brasil, y supera los 2000 kilómetros de longitud. Es navegable para buques de gran tonelaje hasta Ciudad Bolívar. Fue descubierto por Vicente Yáñez Pinzón en el año 1500 y recorrido por Diego de Ordás en 1531. |
| El Salto Ángel o Churún Merú | Cascada de Venezuela en el río Churún, fue descubierta en 1937 por J. C. Ángel que le dio su nombre. Es el mayor salto de agua ininterrumpido del mundo (1000 m). |
| El Amazonas | Estado de Venezuela rico en minerales y piedras preciosas. Su capital es Puerto Ayacucho. Es fronterizo con Brasil y Colombia y está poblado por casi 60 000 personas. Gran parte de su territorio es de floresta Amazónica. Es la mayor área de reserva indígena venezolana. |
| El Dorado | Ciudad "imaginaria" de América del Sur, situada entre el Orinoco y el río Amazonas que según una leyenda indígena poseía gran cantidad de riquezas en oro y en piedras preciosas. |
| Los Llanos | Extensa llanura de la Venezuela central situada entre el arco montañoso andino-caribe y el macizo de las Guayanas, está bañada por el Orinoco y sus afluentes. Es rico en ganadería y petróleo. |



- Los Andes** Cadena montañosa de América del Sur que bordea el litoral pacífico desde el norte de Venezuela hasta Tierra del Fuego, Chile (8500 km). El pico Bolívar con 5002 m es el punto más alto del país y está cubierto de nieves perpetuas.
- El Teleférico de Mérida** Es el más alto y largo del mundo. Se construye en los años cincuenta teniendo en cuenta dos aspectos: el deportivo (andinismo o alpinismo) y el recreativo (turismo). Tiene cuatro estaciones.
- Caracas** Es la capital y ciudad más poblada de Venezuela. Es un centro político, comercial y financiero, y en sus calles, avenidas y plazas hay numerosas obras de arte. Tiene una población de cerca de cinco millones de habitantes (caraqueños). Se ubica al pie de la montaña el Ávila, que la separa del mar Caribe. Está a una altura de más de 800 metros sobre el nivel del mar. Su clima es primaveral todo el año.
- Los Roques** Archipiélago venezolano situado en el Caribe, es parque nacional desde 1978 y centro de investigaciones de la plataforma continental. El archipiélago consta de unas 50 islas distintas. La más importante, El Gran Roque, es la única poblada y es donde se encuentra el aeropuerto. Las otras islas más importantes son Francisqui, Nordisqui, Madrisqui y Crasqui.



VENEZUELA LO TIENE TODO

● A. Observa el vídeo y localiza un lugar o una región...



B. ¿Qué adjetivos te inspira cada uno de estos tres lugares?



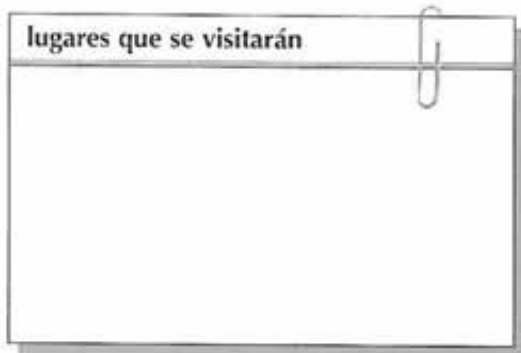
--	--	--

C. De todas las regiones que has visto en el vídeo, ¿cuál te parece más interesante o te gustaría conocer? ¿Por qué? Coméntalo con tu compañero.

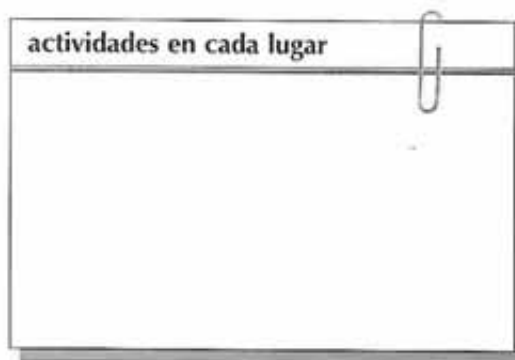
DE VACACIONES

- A. En parejas, vais a organizar un viaje para un grupo turístico. A partir de las imágenes del reportaje, elegid la región que más os guste y completad las fichas.

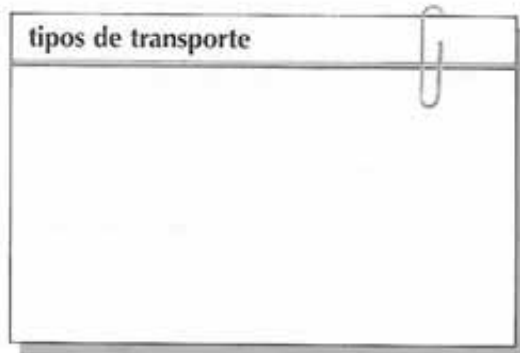
lugares que se visitarán



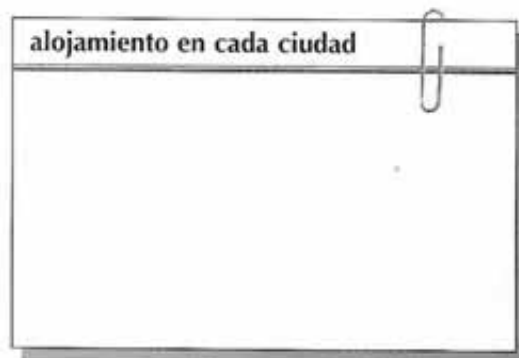
actividades en cada lugar



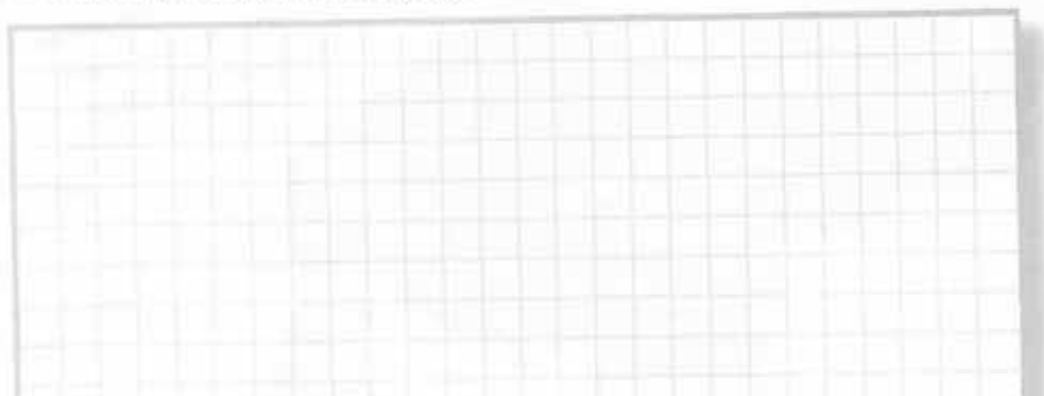
tipos de transporte



alojamiento en cada ciudad

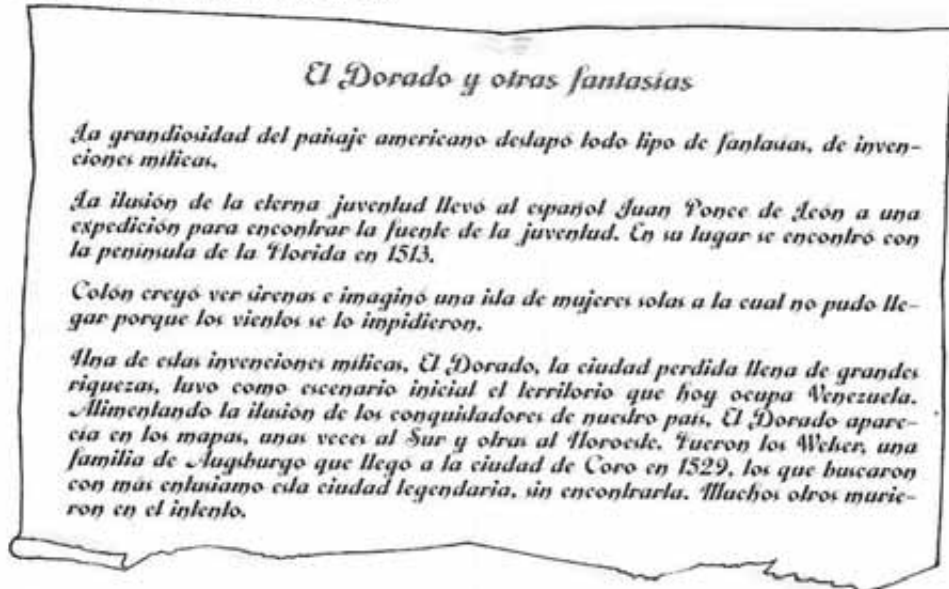


- B. Redactad un anuncio para publicitar el viaje en el periódico de mañana. No olvidéis poner el itinerario completo, las actividades y el precio.



UNA EXPEDICIÓN A EL DORADO

A. ¿Sabes algo sobre la legendaria ciudad perdida de El Dorado? Coméntalo con tu compañero y después lee este texto sobre el tema.



B. Ahora mira el video y, en grupos de dos o tres, trazad en el mapa el trayecto que vais a seguir para llegar a El Dorado. Recuerda que es un viaje de diversión.



C. Una vez recogida la información, exponed al resto de la clase vuestra aventura.



Resumen en italiano

Introduzione

L'insegnamento delle lingue "moderne" ha sperimentato grandi cambiamenti soprattutto a partire dalla fine degli anni sessanta., in parte grazie alle critiche del grande linguista americano Noam Chomsky, che rifiuta la teoria linguistica strutturale, e grazie al contributo di Wilkins nel 1972, che propose una definizione funzionale o comunicativa della lingua come base per lo sviluppo di programmi comunicativi nell'insegnamento della lingua. Fondamentali furono anche i contributi successivi di vari linguisti, Widdowson, Hymes e Halliday tra gli altri, che diedero importanti apporti a questo nuovo metodo di insegnamento della lingua. Tuttavia, benché tutti questi studiosi presentassero la lingua in un contesto sociale, non tennero presente la componente socioculturale della lingua. Si dovrà aspettare gli anni ottanta perché la didattica delle lingue straniere manifesti l'esigenza di insegnare cultura nel contesto sociale in cui è immerso l'alunno. Infatti sempre più manuali di spagnolo come lingua straniera cominciano a introdurre una sezione culturale nelle unità sotto forma di appendice, perché si comincia a ritenere necessario, insegnando la lingua, introdurre alcuni aspetti della cultura meta, vale a dire della lingua che si studia, mescolando la cultura con la maiuscola, vale a dire letteratura, arte ecc., con la cultura popolare o ciò che si chiama solitamente usi e costumi.

Cultura e lingua vanno mano nella mano, come disse Gimeno Menéndez (1997:297), il quale affermava che "il dominio di una lingua implica la conoscenza sia delle proprietà formali della lingua come sistema che dell'uso sociale della lingua e del suo funzionamento in situazioni di vita quotidiana", e questo va tenuto in conto anche con le "microlingue", come quella del turismo, di cui ci stiamo occupando, in cui la lingua si apprende in un contesto professionale e l'equivoco può nascere per mancanza di professionalità o cortesia.

Da qui la necessità di analizzare i tipi di cultura presenti nei manuali di spagnolo per il turismo per discutere su quali riferimenti culturali trasmettiamo ai nostri alunni e se possono essere considerati appropriati e rappresentativi della realtà ispanica. Allo stesso modo si devono individuare le tipologie di temi contenuti in ogni testo e l'orientamento

culturale che c'è alla base, per verificare se sviluppano la coscienza interculturale del discente e promuovono le competenze plurilingue previste dal Quadro europeo per le lingue, che permettano di apprendere partendo da un'esperienza plurale attraverso la relazione con varie lingue e culture. Abilità imprescindibili in una società globalizzata come la nostra e in un settore internazionale come il turismo.

Motivazioni della ricerca

Il presente lavoro parte da una visione interdisciplinare della lingua perché prende in considerazione gli apporti della linguistica applicata, della sociolinguistica, della etnografia della comunicazione e della didattica della lingua come LS. All'interno di questa cornice teorica ci proponiamo di riflettere sulla competenza socioculturale, seguendo le indicazioni del *Quadro comune europeo per le lingue* e del *Piano curricolare dell'Istituto Cervantes* per trovare le relazioni che esistono tra lingua e cultura in riferimento al campo di studio di cui ci occupiamo, cioè Spagnolo per il turismo. Inoltre verificheremo se il concetto di cultura, così come è stato applicato nell'insegnamento dello Spagnolo come lingua straniera, grazie soprattutto al contributo dell'approccio comunicativo, abbia determinato un cambio nel modo di affrontare la cultura stessa e se questa ha smesso di essere vista come mero accessorio come succedeva con i metodi tradizionali e strutturalisti.

Dobbiamo tener presente che la competenza socioculturale fa riferimento alla capacità di una persona di utilizzare una determinata lingua relazionando l'attività linguistica comunicativa con determinati ambiti di conoscenza propri di una comunità che parla la lingua; questi ambiti possono essere differenti da quelli di altre comunità, per questo crediamo che sia fondamentale che i nostri studenti li conoscano e che siano presenti nei materiali, in particolare quelli per il turismo che riguardano il nostro oggetto di studio.

Abbiamo scelto lo spagnolo per il turismo perché negli anni ci siamo occupati dell'insegnamento dello spagnolo con fini specifici per il settore turistico per italofoni in ambito universitario. Ciò ci ha portato a osservare che nei materiali presenti sul mercato non sempre la cultura ha il peso che meriterebbe. Anche se spagnolo e italiano sono culture affini e vicine, questo non impedisce che abbiano riferimenti culturali diversi e che possano esserci fraintendimenti.

Dall'inizio ci siamo trovati di fronte ad alcune difficoltà che ci hanno spinto a realizzare il presente lavoro. La prima fu quella di procurarsi materiali adeguati al gruppo destinatario, ovvero studenti universitari che frequentano il terzo anno di Mediazione linguistica per le imprese e il turismo che debbono raggiungere un livello C1 del Quadro comune europeo per le lingue. Si tratta infatti di una microlingua per il settore turistico con un mercato editoriale ridotto e con un rinnovamento lento, nel quale le innovazioni didattiche arrivano dopo un certo lasso di tempo. Inoltre nel corso di questi anni abbiamo osservato che l'inserimento della componente culturale che ha guadagnato sempre più spazio nei materiali di spagnolo per stranieri, non è stato preso in considerazione in egual misura in quelli per il turismo.

D'altro canto gli alunni italofofoni, per vicinanza, tendono a pensare che la cultura ispanica e italiana siano affini, per cui si banalizza e si rischia maggiormente di incorrere in fraintendimenti culturali. Infatti sono molti gli studenti italiani, che pensano, quando si avvicinano allo studio dello spagnolo, che questa lingua somigli molto all'italiano con alcune differenze di pronuncia e ortografia. Inoltre essi arrivano con stereotipi abbastanza definiti sugli spagnoli, probabilmente per ragioni di vicinanza. Alla fine però inglobano sotto gli stessi topici, con poche differenze, sia gli spagnoli che i latinoamericani.

Anche ammettendo che gli spagnoli e gli italiani si ammirano e si rispettano reciprocamente, non sono esattamente uguali né posseggono gli stessi riferimenti culturali. Questa val ancor di più se si pensa che lo spagnolo si parla in ventidue paesi e che presenta tante differenze diatopiche. Per questa ragione crediamo necessario evitare gli stereotipi nei quali si cade con tanta facilità quando si parla del mondo ispanico in Italia, in particolare nei materiali di spagnolo per il settore turistico, che è il campo di studio di cui ci occupiamo.

Questa affinità culturale e linguistica tra lingue sorelle può essere uno stimolo iniziale, però in seguito si può trasformare, se non si è ben coscienti del rischio, in un ostacolo per l'apprendimento della cultura straniera e per evitare banalizzazioni. Durante tutti questi anni di docenza ci siamo sempre interrogati sui riferimenti culturali che devono conoscere i nostri studenti e su come affrontarli nella didattica.

Nell'insegnamento-apprendimento dello spagnolo per fini specifici, in particolare per il settore turistico, abbiamo incontrato i seguenti problemi:

1. Non sempre gli insegnanti dei corsi di spagnolo per il turismo hanno chiara la relazione tra lingua e cultura (in tutte le sue accezioni che tratteremo più avanti) e non sanno come e quando trattare temi culturali. Di solito si pone l'attenzione sulla micro lingua senza fermarsi a riflettere sui riferimenti culturali che si trasmettono.
2. Gli strumenti attualmente a disposizione (Quadro comune europeo per le lingue e Piano curricolare dell'Istituto Cervantes), sebbene siano di aiuto per l'insegnante, non permettono con facilità di selezionare i contenuti socioculturali essenziali da inserire nei materiali per lo spagnolo per il settore turistico.
3. L'offerta editoriale per lo spagnolo per il settore turistico, benché aumentata negli ultimi anni, non è molto ampia e non sempre dedica spazio adeguato agli aspetti culturali della lingua.
4. La competenza culturale non viene considerata tra le competenze comunicative della lingua, ma tra le competenze generali e per questo non vi si presta sempre la giusta attenzione.
5. L'alunno italiano, per questioni di affinità culturali, possiede una serie di stereotipi della cultura spagnola che spesso impediscono una conoscenza profonda di questa cultura.

Di fronte a questa situazione appena descritta ci siamo posti le seguenti domande:

1. I materiali di spagnolo per il settore turistico permettono la conoscenza socioculturale prevista nel quadro europeo per le lingue?
2. Come sviluppano questi materiali la competenza socioculturale degli alunni? Che tipo di attività vengono proposte? E che tipo di obiettivi ci si propone di raggiungere?
3. La selezione di temi che troviamo nei materiali per lo spagnolo per il settore turistico corrisponde alle indicazioni del Quadro europeo e tiene presente il Piano curricolare dell'Istituto Cervantes?
4. Che pensano docenti e studenti della forma con cui viene presentata la cultura e dello spazio ad essa dedicata in questi materiali?
5. Quali difficoltà si trovano ad affrontare sia i professori che gli alunni quando trattano questi temi?

In questo lavoro cercheremo di rispondere a queste domande per giustificare la necessità di creare un repertorio di attività necessarie nei materiali di spagnolo turistico per sviluppare una conoscenza socioculturale che tenga conto del Quadro europeo per le lingue e del Piano curricolare dell'Istituto Cervantes e che possa essere uno strumento utile quando si lavora con materiali turistici sia per i docenti che per gli alunni di questo indirizzo di studi.

Obiettivi

Gli obiettivi previsti e che vogliamo raggiungere sono i seguenti:

1. Analizzare i materiali di spagnolo per il settore turistico pubblicati sia in Spagna che in Italia dal 1994 al 2012.
2. Elaborare una scheda che serva come modello per analizzare i contenuti culturali presenti in questi manuali.
3. Conoscere le opinioni sia dei docenti che degli studenti che studiano spagnolo turistico sulla competenza culturale e socioculturale e sulla sua presenza in aula.
4. Preparare un questionario per conoscere lo stato dell'insegnamento-apprendimento della competenza socioculturale in corsi di spagnolo per fini specifici, in particolare per il settore turistico, sia in Spagna che in Italia.
5. Fare una proposta didattica in cui si tenga presente la competenza culturale, socioculturale e interculturale secondo le indicazioni del Quadro comune europeo per le lingue e del Piano curricolare dell'Istituto Cervantes e che sia rivolta a alunni italofoni adulti che studiano a livello universitario.
6. Fare una valutazione del materiale didattico proposto tanto per gli alunni che per i docenti per poter osservare possibili punti critici e correggerli. Inoltre tentare di creare una metodologia di lavoro che permetta una maggiore integrazione tra insegnamento dello spagnolo per il settore turistico e la componente culturale in tutte le sue accezioni (socioculturale, interculturale e pluriculturale).

Struttura del lavoro di ricerca

Partendo dalla convinzione che la lingua e la cultura sono due concetti indissolubili e necessari per apprendere una lingua (anche nel caso di lingue con fini specifici come lo

spagnolo per il settore turistico), quello che ci aspettiamo da questo lavoro è di riflettere sul concetto di cultura in tutte le sue varianti nei materiali per lo spagnolo per il settore turistico, in modo da stabilire che tipo di aspetti culturali sono presenti in questo tipo di materiali e se sono o no adeguati alle correnti didattiche imperanti.

Nel presente capitolo (primo) giustificheremo il nostro lavoro di ricerca, elencheremo gli obiettivi che ci proponiamo di raggiungere e illustreremo la metodologia che impiegheremo e la struttura che avrà il presente lavoro.

Nel secondo capitolo ci concentreremo sul concetto di cultura, perno su cui si sviluppa questo lavoro; l'affronteremo prima di tutto da un punto di vista storico, per poter poi classificarla nell'ambito della linguistica applicata, che è il campo di studio che ci interessa. Allo stesso tempo ci occuperemo di definire e di delimitare le competenze e le sottocompetenze culturali, socioculturali, interculturali e pluriculturali secondo le direttive del Quadro europeo per le lingue e del Piano curricolare dell'Istituto Cervantes e secondo la bibliografia esistente sul tema.

Nel terzo capitolo faremo una breve storia degli approcci e dei metodi più utilizzati nell'insegnamento delle lingue, concentrandoci naturalmente sullo spagnolo, perché ci aiuti a capire meglio e a giustificare l'analisi dei materiali.

Nel quarto capitolo ci occuperemo dell'insegnamento con fini specifici, analizzandone le caratteristiche e gli apporti all'insegnamento generalista della lingua per poi occuparci nel dettaglio della didattica dello spagnolo per il settore turistico, che è il tema centrale del nostro lavoro.

Nel quinto capitolo, secondo le direttive del Quadro europeo per le lingue e del Piano curricolare dell'Istituto Cervantes, tenteremo di definire i contenuti culturali che crediamo debbano essere presenti nei materiali per lo spagnolo e, partendo da un corpus di dati, ci occuperemo dell'analisi dei materiali per l'insegnamento dello spagnolo pubblicati fino a questo momento tanto in Spagna che in Italia. Tutto questo ci servirà per verificare che tipo di cultura c'è alla base, come si presenta e con che tipo di attività si lavora. Inoltre spiegheremo il contenuto e la forma della scheda di analisi che sarà lo strumento per poter realizzare uno studio dettagliato del corpus dei materiali per l'insegnamento dello spagnolo pubblicati in Spagna e in Italia.

Nel sesto seguirà poi un'analisi dettagliata degli aspetti culturali presenti in questi materiali tanto dal punto di vista del personale docente che dello studente, impiegando varie metodologie di analisi. Da un lato un'analisi quantitativa che si utilizzerà nella scheda (conteggio dei contenuti e modelli culturali presenti nei materiali e tipo di attività), dall'altra un'analisi qualitativa attraverso l'interpretazione dei dati ottenuti e l'analisi dei risultati dell'indagine realizzata tra i professori.

Nel settimo presenteremo una proposta didattica di spagnolo per il settore turistico seguendo il metodo della ricerca-azione come abbiamo annunciato precedentemente. Vale a dire dopo aver individuato il problema attraverso l'indagine e l'analisi dei materiali esistenti e dopo aver analizzato la bibliografia esistente, si presenterà una ipotesi di unità didattica che prenda in considerazione la competenza culturale della lingua nelle sue varie accezioni, organizzando attività per il suo sviluppo, che risultino più in sintonia con le necessità degli apprendenti.

Nell'ottavo si presenteranno le conclusioni alle quali siamo arrivati dopo l'analisi dei materiali e i risultati ottenuti attraverso gli strumenti impiegati durante tutta la ricerca.

Passeremo infine, come prevede il metodo scelto della ricerca-azione, alla proposta pratica che può essere di aiuto per i professori che lavorano in questo settore.

Infine il lavoro comprende, nel capitolo nono, una bibliografia per tutti coloro che desiderano approfondire il tema degli aspetti culturali della lingua spagnola per il settore turistico di cui ci siamo occupati e, nel decimo, una serie di materiali di vario genere allegati, tra cui i questionari, la scheda completa per analizzare il corpus dei materiali e una unità di ognuno dei materiali analizzati.

Proposta didattica: un compito per sviluppare gli aspetti culturali nei manuali di spagnolo per il turismo

Giustificazioni e contestualizzazione

L'unità didattica presentata in questo lavoro di ricerca risponde alle necessità emerse da un lato dall'analisi dei materiali per lo spagnolo per il settore turistico e dall'altro dalle conclusioni a cui siamo arrivati attraverso l'indagine effettuata tra i professori che lavorano in questo campo.

Per l'elaborazione della stessa ci siamo proposti i seguenti obiettivi:

1. L'unità didattica seguirà un approccio per compiti affinché gli studenti che studiano il linguaggio di specialità, in questo caso turismo, sviluppino le competenze culturali (socioculturali, interculturali e pluriculturali).
2. L'U.D. è rivolta a studenti adulti, universitari, in buona parte monoculturali, tra i quali è comunque presente qualche rappresentante di altre culture, e che studiano comunque anche altre lingue oltre lo spagnolo.
3. Dall'analisi dei materiali di spagnolo turistico è emerso che la maggior parte di questi materiali è finalizzata ai livelli dall'A2 al B2, pertanto questa nostra unità didattica sarà incentrata sul livello C1 (dominio operativo efficace) per il quale è stato pubblicato meno materiale. Questo per permettere agli alunni di livello avanzato di sviluppare competenze culturali e sociali necessarie per evitare i temuti fraintendimenti culturali e comunicare in maniera efficace.
4. Sono state prese in considerazione i bisogni degli alunni, vale a dire comunicare in buona parte in ambito professionale. In concreto sono alunni che frequentano l'ultimo anno di Mediazione linguistica per le imprese e il turismo.
5. Abbiamo scelto, come tema centrale intorno al quale ruota il compito, il cibo, che è un argomento di grande importanza sia in ambito personale come professionale nel settore turistico, ricco di elementi culturali che possono presentare differenze rispetto ad altre culture.
6. Nonostante la maggioranza dei docenti abbia dichiarato che trattano temi culturali per informare gli alunni su questi aspetti, desideriamo andare oltre e fare in modo che i contenuti della unità didattica servano perché l'alunno interpreti meglio la cultura meta e la veda con gli occhi del nativo.
7. Abbiamo tenuto in considerazione le risorse didattiche preferite dai professori per presentare i contenuti culturali, che come è dimostrato dalla nostra nostra inchiesta hanno un peso importante: internet, la stampa e il materiale video. Per questo li includeremo nella nostra elaborazione del materiale didattico.
8. Una buona parte dei materiali per lo spagnolo per il settore turistico analizzati ha un orientamento monoculturale e vi predomina l'ambito spagnolo. Per questa ragione ci siamo impegnati affinché la nostra unità didattica tenga presente sia altri paesi ispanoamericani sia un orientamento pluriculturale.

9. Dall'analisi dei materiali abbiamo osservato che le capacità di apprendere sono presenti molto poco nei materiali di spagnolo turistico, per cui la nostra unità didattica cercherà di tenerla in considerazione, in modo che l'alunno possa apprendere ad apprendere.

Per concludere tutte le considerazioni che abbiamo appena fatto e la riflessione sui bisogni degli alunni a cui da diversi anni facciamo lezione di spagnolo per il settore turistico, ci ha portato a costruire l'unità didattica che illustreremo qui di seguito.

Obiettivi

Gli obiettivi che ci siamo posti nell'elaborazione della unità didattica sono i seguenti:

1. Proporre una unità didattica nella quale si sviluppino i contenuti culturali (socioculturali interculturali e pluriculturali) rivolta ad alunni universitari in buona parte italiani che devono raggiungere il livello C1.
2. Contribuire a fare in modo che gli alunni apprendano a riflettere sulla cultura meta in modo che non ci siano fraintendimenti e che si evitino i soliti cliché come molte volte succede con culture sorelle.
3. Sviluppare le competenze interculturali e pluriculturali degli studenti.
4. Verificare se la cultura può avere uno spazio più ampio nell'ambito dello spagnolo per il turismo

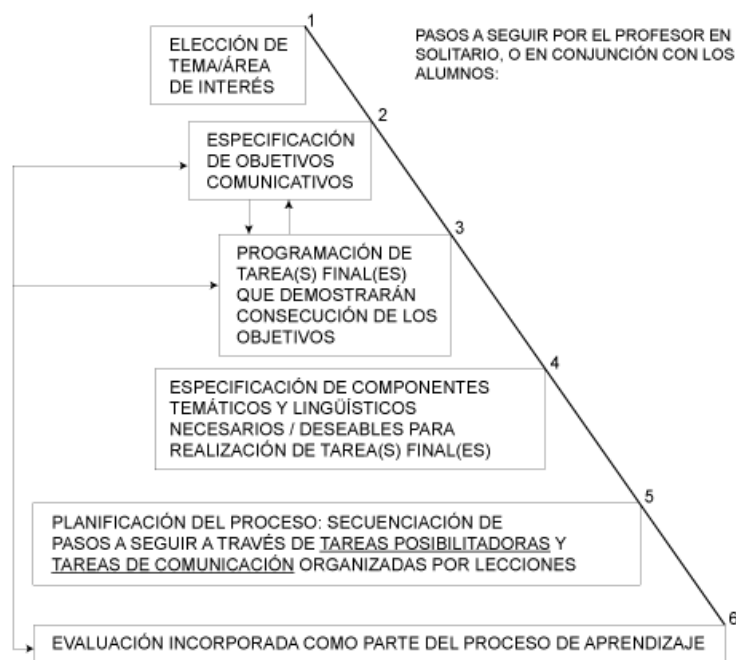
Struttura dell'unità didattica

La nostra unità didattica è organizzata sulla base di una sequenza di attività finalizzate alla realizzazione di un compito finale.

Per raggiungere gli obiettivi stabiliti è necessario che gli alunni lavorino in forma cooperativa e che scambino esperienze proprie e prendano coscienza delle differenze culturali, in modo da acquisire una visione multiculturale e vedere la cultura del paese di cui si studia la lingua con gli occhi di un nativo.

Allo stesso tempo dovranno imparare a realizzare un prodotto di promozione pubblicitaria.

La struttura di un compito secondo Estaire y Zanòn (1994) è la seguente:



Il compito finale che si viene proposto agli alunni consiste nella realizzazione di un video promozionale della gastronomia della propria regione o del luogo dove stanno studiando attualmente spagnolo.

Le fasi delle attività che costituiscono l'unità sono le seguenti:

A. **PRESENTAZIONE.** Obiettivo è motivare gli alunni.

1. PER LECCARSI LE DITA

1.A e 1.B sono attività di osservazione diretta affinché gli alunni familiarizzino con i piatti tipici della gastronomia spagnola.

1.C Questa attività ha una doppia finalità: da un lato utilizzare il lessico del cibo che conoscono aggiungendo parole nuove, alcune delle quali tipiche dello spagnolo ispanoamericano, dall'altro riflettere sulle differenze e sulle somiglianze rispetto alla gastronomia del proprio paese.

1.D In questa fase si cerca di concordare contenuti e procedure.

1.E Questa fase è incentrata sulla pratica orale in piccoli gruppi in modo da permettere agli studenti di parlare della gastronomia del proprio paese, di un paese che hanno visitato o che conoscono.

1.F Lettura del testo "La cucina giapponese, patrimonio dell'umanità" e attività di comprensione, di analisi testuale e utilizzo di tecniche per riassumere.

B. **PRATICA CONTROLLATA.** Questa attività contribuisce a sviluppare le capacità necessarie per realizzare il compito finale. Serve per acquisire lessico, sviluppare il sistema formale e riflettere su comportamenti culturali legati al cibo.

2A. “Più sano ...” Serve per sviluppare la riflessione socioculturale sui comportamenti socioculturali e per l’analisi linguistica e lo sviluppo del sistema formale.

2B. È finalizzata allo sviluppo dell’espressione scritta, al consolidamento dei marcatori testuali e all’uso del lessico acquisito.

2C. “Una di”. Questo compito serve a trattare il tema della ristorazione moderna e ad analizzare i comportamenti sociali legati al cibo.

3. A PROVA DI BOMBA

3.A Si tratta di un’attività basata sulla comprensione orale che ha come obiettivo quello di ottenere informazioni sulla gastronomia messicana e di riflettere su altre usanze alimentari a cui gli studenti non sono abituati. Si avvierà una riflessione interculturale sui piatti messicani.

3.B Utilizzo di un video promozionale sulla gastronomia messicana. Obiettivo è quello di stimolare gli studenti a riflettere su un testo promozionale deducendone le caratteristiche.

C. **ESERCITAZIONE LIBERA.** È il compito finale che permetterà allo studente di mettere in pratica tutti i riferimenti culturali che ha acquisito attraverso l’unità didattica, oltre alle conoscenze specifiche del settore, e di esercitarsi con uno scritto professionale importante nel settore turistico.

Contemporaneamente sarà uno strumento importante per il professore per poter valutare il processo di apprendimento.

La parte finale della valutazione è pensata perché l’alunno possa riflettere su come e cosa ha imparato per quanto riguarda gli aspetti socioculturali e i contenuti specifici della lingua di specialità, vale a dire spagnolo per il settore turistico.

Conclusioni finali

Come abbiamo visto nel capitolo 1 del presente lavoro il concetto di cultura è un termine eccessivamente ampio nel qual sono compresi concetti filosofici, antropologici, etnografici e linguistici. In queste definizioni vengono prese in considerazione le forme

di vita, le tradizioni, l'arte, le credenze, la letteratura, il sistema di valori, i comportamenti appresi ecc.

I membri di una comunità condividono credenze, norme di condotta e una visione del mondo comune. Per questo è importante che ricercatori, editori, docenti e istituzioni si preoccupino di integrare insegnamento e apprendimento degli aspetti culturali nell'insegnamento dello spagnolo per il settore turistico.

Delimitare il campo dei concetti che sono inglobati nel termine cultura è molto complesso, anche se abbiamo visto che esso fa riferimento ad aspetti come le condizioni di vita, le relazioni personali, la vita quotidiana, le istituzioni, i valori e le credenze, il linguaggio non verbale, le convenzioni sociali e molto altro ancora.

L'approccio comunicativo ha favorito l'integrazione tra lingua e cultura, però abbiamo constatato che non è successo lo stesso nei materiali di spagnolo per il settore turistico, nei quali si tiene poco presente la cultura essenziale e ancor più la cultura legittimata. In più la cultura viene presentata questa come un elenco di temi che l'alunno deve conoscere.

Sarebbe molto utile avere a disposizione un repertorio di temi culturali che gli alunni che si avvicinano all'ambito turistico devono acquisire in ogni livello, però vista l'ampiezza del tema è impossibile, per cui è compito del docente scegliere i contenuti secondo l'interesse, le necessità, le richieste, il livello ecc. degli studenti. Per questo uno strumento molto utile è rappresentato dal Piano curricolare dell'Istituto Cervantes.

È molto importante sviluppare negli alunni di spagnolo per il settore turistico, che saranno in contatto con molteplici culture, una visione interculturale e multiculturale come previsto dal Quadro europeo per le lingue, in modo da evitare conflitti e rifiuti nei contatti con le differenti culture e lingue.

Questo lavoro ha tentato di predisporre un modello che permetta l'analisi in modo che sia i ricercatori che i docenti che si occupano dell'ambito turistico possano analizzare i materiali presenti nel mercato e trarre le proprie conclusioni sui tipi di testi di cui si dispone per l'insegnamento dello spagnolo per il turismo.

In questo lavoro abbiamo analizzato 15 materiali di spagnolo per il settore turistico, che rappresentano la quasi totalità dei testi pubblicati fino ad oggi sia in Spagna che in Italia. L'analisi ci ha portato alle seguenti conclusioni che rispondono alle domande che ci siamo posti all'inizio:

1. I materiali analizzati di spagnolo turistico pubblicati tanto in Spagna che in Italia dal 1994 ad oggi non permettono uno sviluppo adeguato della componente culturale (socioculturale, sociolinguistica, interculturale e multiculturale) prevista dal quadro comune europeo per le lingue. E questo può succedere sia per quanto riguarda la selezione dei temi proposti dai vari materiali che per quanto concerne il concetto di cultura che è alla base, visto che la maggior parte dei contenuti corrispondono alla cosiddetta “cultura coltivata o legittimata”.
2. L’analisi quantitativa dei riferimenti culturali presenti nei materiali di spagnolo per il turismo dimostra che gli aspetti mancanti o poco rappresentati sono quelli relazionati con le condizioni di vita, le relazioni personali, i valori, le credenze, gli atteggiamenti e il linguaggio corporeo.
3. Pochi materiali di spagnolo per il turismo promuovono l’insegnamento-apprendimento delle competenze culturali attraverso proposte pedagogiche, mentre costituiscono per lo più un repertorio di testi informativi che l’alunno deve leggere.
4. Non abbiamo trovato nessun materiale che esamini la conoscenza socioculturale precedente dell’alunno. E nemmeno che affronti le abilità necessarie all’alunno per poter comunicare in maniera efficace con parlanti di madrelingua e evitare in questo modo fraintendimenti e i temuti stereotipi.
5. Dopo l’analisi dei contenuti specifici del turismo emerge che i temi essenziali in un manuale per il turismo sono quelli relazionati con l’alloggio, le mete turistiche, i trasporti, la ristorazione, il turismo, le agenzie di viaggio, i reclami, le lamentele, il settore e le riunioni professionali.
6. Per concludere possiamo aggiungere che l’insegnamento-apprendimento di una lingua di specialità o con fini specifici come lo spagnolo per il turismo deve basarsi non solo sull’apprendimento di contenuti del settore attraverso un approccio comunicativo, ma è anche necessario che le proposte che si portano in aula tengano conto dello sviluppo di competenze culturali in modo che l’alunno acquisisca una maggiore coscienza della cultura mete e della propria cultura, ... delle altre che sono presenti in aula o che incontrerà in un futuro professionale nel settore. Inoltre è necessario anche sviluppare maggiormente il “saper fare” e il “saper essere” del Quadro comune europeo delle lingue indispensabili in un



contesto di lavoro. Per questa ragione ci auguriamo che sia i professori che insegnano in questo tipo di corsi che gli autori/editori di future pubblicazioni lo tengano di più in considerazione.

Altro strumento informatico che abbiamo usato in questa ricerca è stato il sondaggio di opinione a cui hanno partecipato 16 docenti, in buona parte spagnoli, alcuni italiani, per conoscere da un punto di vista qualitativo le loro opinioni sulla cultura e l'applicazione pratica nell'insegnamento dello spagnolo per il turismo. Questa analisi ha permesso di raccogliere i seguenti dati:

1. Il 50% degli intervistati relaziona la cultura con quella che si chiama cultura essenziale, mentre il 21% associa il termine alla cultura coltivata o legittimata. Ciononostante il 50% dichiara poi che utilizza regolarmente contenuti culturali nell'attività quotidiana mentre il 44% contenuti socioculturali.
2. Gli aspetti culturali e socioculturali si trasmettono nella pratica quotidiana – il 58% degli intervistati – attraverso spiegazioni sporadiche (72%). A questo proposito dobbiamo sottolineare che gli aspetti culturali più trattati sono la storia, la geografia e la letteratura. Mentre i contenuti socioculturali evidenziati sono le tradizioni, la festa e il linguaggio non verbale.
3. Una buona parte dei contenuti culturali presentati in classe di spagnolo turistico hanno una finalità meramente informativa (35%).
4. Richiama l'attenzione la bassa percentuale ottenuta dagli aspetti culturali tipici del turismo come gli alloggi, il cibo, i trasporti e i servizi.
5. L'interculturalità dei materiali è valorizzata positivamente dalla maggioranza degli intervistati.
6. La valutazione della cultura e della sociocultura nei materiali di spagnolo turistico è abbastanza negativa. Infatti il 92% ritiene che venga dedicato poco spazio. In pratica il 28% usa il libro di testo, il 21% internet e il 17% altri supporti come stampa e video.

Pertanto possiamo concludere che è necessario ampliare i contenuti culturali presenti nei materiali attualmente in commercio, soprattutto aggiungendo l'ambito dei paesi ispanoamericani che ha una presenza molto bassa in essi. Allo stesso

tempo bisogna promuovere una visione multiculturale fondamentale nel professionista di oggi del settore turistico. Così come appare necessario elaborare proposte didattiche di spagnolo turistico nelle quali siano presenti aspetti più attuali trattati con l'ausilio delle nuove tecnologie.

Per completare la ricerca crediamo sia fondamentale l'elaborazione di una unità didattica (capitolo 5) per tentare di far fronte alle carenze evidenziate nei materiali analizzati e proporre un modello di unità didattica finalizzata allo spagnolo con fini specifici, vale dire quello turistico, nella quale si sviluppano le competenze culturali (socioculturali, interculturali e multiculturali).

La proposta "Con mucho gusto.." ha come obiettivo quello di mettere in pratica le conclusioni a cui siamo arrivati nel presente lavoro per proporre un modello in cui la cultura abbia un ruolo da protagonista, dando la possibilità agli alunni di acquisire contenuti di spagnolo per il settore turistico attraverso un approccio pratico e essendo responsabilizzati del proprio processo di apprendimento. Esso presenta pertanto le seguenti caratteristiche:

- a. È rivolta ad alunni di livello C1 (dominio operativo efficace) a causa della mancanza di materiali di spagnolo per il settore turistico rivolti a studenti competenti.
- b. La proposta didattica è contestualizzata partendo da un tema centrale dell'ambito turistico, vale a dire la gastronomia, che permette di riflettere su importanti aspetti socioculturali del cibo da un punto di vista multiculturale. Nel farlo si tiene in conto in modo particolare l'ambito latinoamericano (poco presente nei materiali di spagnolo turistico analizzati).
- c. Il compito prevede la realizzazione di un video per promuovere la gastronomia di una regione a scelta dell'alunno. Questa attività si conclude con un concorso attraverso il quale si sceglierà il video migliore.

Per riassumere possiamo concludere in questo modo:

- a. La presente ricerca ha messo in evidenza da un lato la necessità di una maggiore centralità della cultura all'interno dello spagnolo per il settore turistico, dall'altro la mancanza di materiali di spagnolo per il settore turistico presenti sul mercato. Per questa ragione ci siamo proposti di offrire

un modello che può essere preso in considerazione per lo sviluppo di competenze culturali dentro l'aula durante le lezioni di spagnolo per il settore turistico.

- b. Viene proposta una unità didattica rivolta a studenti competenti (C1, livello operativo efficace). Attualmente esistono poche proposte di questo genere, basate su un approccio per compiti per favorire la motivazione degli alunni e permettere loro di apprendere in forma pratica e reale.

Per concludere desideriamo segnalare che il presente lavoro si basa sulla teoria culturale (socioculturale, interculturale e multiculturale), analizza la sua presenza nei materiali di spagnolo per il settore turistico e offre un modello utile per lo sviluppo di competenze socioculturali, interculturali e multiculturati con la speranza che sia i docenti che gli autori di materiali di spagnolo per il settore turistico lo prendano in considerazione e promuovano l'elaborazione di materiali di spagnolo turistico in cui abbia un ruolo centrale lo sviluppo delle competenze culturali.