

# **El desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en lengua extranjera: un aspecto clave en la capacitación de los profesionales del turismo cultural**

**Anahí Diana Cuestas**, FCE, UNLP,

anahi.cuestas@econo.unlp.edu.ar

**Amanda B. Zamuner**, FaHCE, UNLP

azamuner@fahce.unlp.edu.ar

**Sandra Peralta**, FCE, UNLP

sandra.peralta@econo.unlp.edu.ar

## **RESUMEN**

La globalización ha provocado cambios importantes en campos tan variados como el social, el económico y los tecnológicos, entre otros. Un mundo en constante transformación requiere de una educación flexible y amplia en sus alcances, que permita satisfacer las múltiples y nuevas necesidades de los seres humanos para su pleno desarrollo. Es así que diversas instituciones en varios países han modificado sus planes de estudio, en especial en cuanto a la ampliación de las denominadas “habilidades básicas” de los estudiantes. Dentro de este nuevo contexto, el Inglés parece haberse sumado casi naturalmente a la lista de habilidades básicas que se necesitan dominar para lograr insertarse en la vida laboral, profesional o académica, por ser considerada lengua global.

Como lo afirma la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) de España, el turismo cultural requiere que, quienes lo promueven, posean no sólo competencias profesionales de técnicas de mercado y de gestión, de tecnologías de la información y la comunicación sino también del ámbito lingüístico. Resulta necesario que los egresados manejen con soltura el inglés -verdadera lingua franca del siglo 21- a fin de que la cultura del país sea accesible a diversos públicos para, de este modo, transmitir no sólo contenidos sino también valores de nuestro acervo cultural.

Este trabajo pretende ofrecer una reflexión sobre la importancia del desarrollo de la competencia comunicativa intercultural como parte de la enseñanza del inglés para los profesionales del turismo, especialmente para aquellos inmersos en el mercado del turismo cultural. También se proponen algunas formas de alcanzar ese desarrollo en la formación de grado de los futuros profesionales.

## **Introducción**

Un mundo globalizado en constante transformación -en campos tan variados como el social, el económico y los tecnológicos, entre otros- requiere de una educación formal

con capacidad de adaptarse a los desafíos que se van imponiendo de manera flexible y amplia en sus alcances, que permita, en fin, satisfacer las múltiples y nuevas necesidades de quienes lo habitamos a fin de permitir nuestro más pleno desarrollo.

Es en este marco dinámico que diversas instituciones en varios países han ido modificando sus planes de estudio, en especial, en lo atinente a la ampliación de las denominadas “habilidades básicas” de los estudiantes. En este sentido, el reconocido lingüista británico David Graddol (2006:72) señala: "el inglés parece haberse sumado a la lista de habilidades básicas. En pocas palabras, su función y su lugar en el plan de estudios ya no es el de la ‘lengua extranjera’ y esto está produciendo cambios profundos en cuanto a quiénes están aprendiendo inglés, sus motivos para aprenderlo y sus necesidades como estudiantes".

Este nuevo contexto global es el que ha llevado también a una reestructuración y redistribución de las lenguas de comunicación, lo que ha dado como resultado una considerable expansión del inglés más allá de fronteras nacionales y lingüísticas (Jenkins, 2006) fomentando así el crecimiento del fenómeno actual llamado Inglés como Lengua Internacional (EIL, por sus siglas en inglés). Por lo tanto, la tendencia actual en la enseñanza del inglés ha dejado de ser la de considerarla meramente como lengua extranjera (lo que se conocía como EFL, por sus siglas en inglés), es decir, para comunicarse exclusiva o preferentemente con nativos (Jenkins, 2006), sino más bien con el fin de lograr una comunicación intercultural entre todos quienes lo hablan: nativos, habitantes de las antiguas colonias –especialmente aquellas que pertenecieron al imperio británico– que guardan estrechos vínculos con EE. UU. y el Reino Unido, así como hablantes del resto del mundo que lo aprenden por diferentes razones (acceso a la tecnología de la información, el trabajo, el ocio, por desarrollo profesional y/o académico, etc.).

Este cambio de paradigma confiere al inglés una función de tipo “econocultural” que reconoce principalmente dos tipos de motivación para el aprendizaje: una, que podemos denominar "utilitarista”, es decir, que reconoce la importancia de este idioma para los negocios internacionales, y otra, más bien “idealista”, que pone en relevancia el potencial que ofrece esta lengua para fomentar la comunicación intercultural y la comprensión mutua (Seidlhofer, 2003:12). Por lo tanto, los nuevos

aprendientes de inglés no sólo buscan la obtención de mayores beneficios económicos y educativos, sino también la formación de una nueva identidad que los convierta en ciudadanos globales y cosmopolitas. Ellos reconocen que el lenguaje es un medio fundamental para comunicar sus culturas y transmitir conocimientos a los demás, contribuyendo, de esta manera, a favorecer los intercambios internacionales en los campos de la economía, el comercio y el turismo.

En este escenario, las propuestas pedagógicas para la enseñanza del inglés han comenzado a contemplar esta nueva multiplicidad de necesidades culturales en el uso de las lenguas en las comunidades lingüísticas particulares, así como en el contexto internacional. Asimismo, la concepción del inglés como lengua internacional implica un reconocimiento del hecho de que esta lengua ya no pertenece exclusivamente a una cultura específica y geográficamente definida (por ej. las Islas Británicas, Australia o EE. UU.); por lo tanto, resulta necesario ser culturalmente sensible a la diversidad de contextos en los que se enseña y se utiliza el inglés (McKay, 2003).

### **Competencia comunicativa intercultural**

Antes de abordar el concepto de competencia comunicativa intercultural consideramos que es importante introducir el concepto más general de competencia que propone el *Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Argentina* y que señala que “Las competencias integran conocimientos y destrezas, así como habilidades cognitivas, operativas, organizativas, estratégicas y resolutivas que se movilizan y se orientan para resolver situaciones problemáticas reales de carácter social, laboral, comunitario y axiológico.”

En cuanto a las competencias profesionales, Antonio Guerrero Serón las define como: “La capacitación real para resolver determinados problemas”, contando, además, de los conocimientos, destrezas y aptitudes, o la flexibilidad y autonomía, con las competencias “humanas y sociopolíticas”, que “amplían el radio de acción a la participación en el entorno profesional, así como a la organización del trabajo y a las actividades de planificación (Guerrero Serón, 1999, p. 339).

Actualmente, en el mercado laboral, una de las competencias profesionales clave que las empresas señalan entre los requisitos mínimos de sus ofertas de empleo se vincula con un manejo de idiomas suficiente como para permitir una interacción lingüística adecuada y creativa en todos los posibles contextos sociales y culturales (García Manjón & Pérez López, 2009).

Es, entonces, a partir de este requisito que nuestro trabajo plantea la necesidad de desarrollar la competencia comunicativa intercultural como parte de la enseñanza del inglés para los profesionales del turismo, especialmente para aquellos inmersos en el mercado del turismo cultural.

El concepto de competencia comunicativa surgió con el sociolingüista estadounidense Dell Hathaway Hymes (1927-2009) a comienzos de la década de 1970 e incluía inicialmente las competencias lingüísticas (conocimiento de las normas gramaticales) así como aquellas sociolingüísticas (conocimiento de las normas sociales que rigen el uso de una lengua) (Kumaravadivelu, 2005). Esta noción fue luego desarrollada y ampliada desde entonces por lingüistas tales como Michael Canale, Merrill Swain, Lyle Bachman y Adrian Palmer, entre otros, y surgieron así nuevos modelos de competencia comunicativa que incluyeron también la competencia estratégica (uso de estrategias verbales y no verbales para evitar la interrupción de la comunicación), la competencia discursiva (manejo de las diferentes formas del discurso), y la competencia sociolingüística (conocimiento de reglas socio-culturales en un grupo determinado).

En su libro *From Foreign Language Education to Education for Intercultural Citizenship: Essays and reflections*, Michael Byram (2008) señala que actuar de manera intercultural significa poner en contacto dos culturas. En lo que respecta a la enseñanza de lenguas, este mismo autor postula que uno de sus objetivos debe ser propender al desarrollo de la competencia comunicativa intercultural, entendida como la capacidad de poner en relación la cultura propia y la ajena a fin de lograr la comprensión del otro. Esa comprensión, luego, facilita el desarrollo de estrategias para comunicarse con hablantes de otras culturas, para desempeñarse asimismo como intermediario entre la cultura propia y la extranjera, también para solucionar posibles malos entendidos, así como para lograr superar prejuicios y estereotipos. Resulta por ello imprescindible ser



capaces de identificar similitudes y diferencias entre las culturas y las personas que se socializan en ellas.

### **Importancia del desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en los estudios de grado de los futuros profesionales del turismo cultural**

La Organización Mundial del Turismo define el turismo cultural como “la inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones” (Boucher, n/d). Este tipo de turismo, al igual que el resto de la actividad turística en general, no ha permanecido ajeno a los efectos y consecuencias del proceso de globalización. Muy por el contrario, esto ha generado la necesidad de innovar en materia de ofertas y productos turísticos y también ha tenido gran impacto en la formación de los recursos humanos del sector y por consecuencia, tal como ya señalamos, en las competencias profesionales requeridas.

En particular, los profesionales que promueven el turismo cultural deben poseer no sólo competencias profesionales de técnicas de mercado y de gestión, de tecnologías de la información y la comunicación sino también del ámbito lingüístico y sociocultural, más específicamente, necesitan desarrollar en profundidad la competencia comunicativa intercultural para poder desempeñarse eficazmente como mediadores culturales.

Creemos conveniente mencionar aquí la revisión de los planes de estudio como aquella que propulsa la *Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)* de España de la que extraemos reflexiones útiles para nuestra propuesta. En 2004, ANECA tuvo como objetivo adaptar la formación a las necesidades reales del sector turístico, a fin de facilitar la inserción laboral de los egresados universitarios. Como resultado de este trabajo se propuso un programa de formación de grado basado en conocimientos disciplinares (saber) como en conocimientos profesionales (saber hacer). Los primeros, en lo que al área del inglés se refiere, dan cuenta de los conocimientos lingüísticos (estructuras gramaticales, pronunciación), léxicos (vocabulario específico), funcionales (actividades típicas del sector turístico como escritura de mails, conversaciones telefónicas) y culturales (aspectos sobre la vida cultural, costumbres, normas de convivencia, etc.). Los segundos, por su parte, implican la utilización de todos esos conocimientos en situaciones laborales propias del ámbito

profesional (comunicación con operadores turísticos, lectura y elaboración de informes, conversaciones con turistas, etc.) (de Grado, 2004). El listado final de competencias fue luego sometido a la valoración de docentes y egresados universitarios así como de profesionales del mercado turístico. Entre ellas se encontraba *Trabajar en Inglés como Lengua Extranjera*, que implica no sólo conocer la gramática, el vocabulario y los distintos tipos de pronunciación del inglés, lo que incluye a las culturas de los países donde se lo habla, sino también la posibilidad de entablar comunicación en esa lengua en diversos contextos laborales, que también implica comprender y redactar documentos relacionados con el turismo. Cabe destacar que obtuvo el primer lugar entre los primeros dos grupos –docentes y egresados– y el segundo lugar entre los profesionales insertos en el mercado laboral.

Estos resultados ponen de manifiesto, en nuestra opinión, el peso otorgado a la dimensión intercultural de la actividad turística; especialmente, teniendo en cuenta que el manejo de una lengua extranjera significa el desarrollo de aptitudes y actitudes, de valores y también de una cierta sensibilidad para apreciar y comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes del propio.

Es justamente este último aspecto –el reconocimiento de la diversidad cultural– el que necesita ser desarrollado con mayor profundidad en la formación de los futuros profesionales. Para ello es necesario dotarlos de conocimientos y prácticas relacionadas no sólo a lo verbal, sino a todos los otros rasgos que acompañan a la lengua y conforman una cultura: los gestos, las reglas de interacción social, los turnos de habla, las formas de dirigirse a otros. Todo esto significa guiarlos en la adquisición de habilidades que les permitan, en palabras de Campos Cardoso y Gallardo López (2012), “orientarse culturalmente desde su cultura autóctona hacia la cultura meta del turista”, es decir, tender puentes entre nuestra propia cultura y la del extranjero.

### **Propuestas didácticas para su desarrollo**

En este contexto, creemos que el actual plan de estudios de la Licenciatura de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP ofrece muy buenas oportunidades para el desarrollo de la competencia intercultural en lengua extranjera, con la inclusión de dos niveles de inglés y otros dos de portugués –todos de duración cuatrimestral– con

seis horas semanales de dictado entre clases teóricas y prácticas. En los dos niveles de inglés, que se ubican en el primer y segundo año de la carrera, se desarrollan las cuatro habilidades de la lengua mediante el trabajo con los diversos géneros discursivos del turismo (Calvi, 2010), tales como folletos, guías, informes económicos, avisos publicitarios, pasajes, que se abordan con actividades de índole escrita y oral. De esta forma, los alumnos son expuestos a las variadas particularidades de la lengua inglesa, con los rasgos distintivos de su gramática y su fonética, y de su uso dentro del ámbito de la industria del turismo; al mismo tiempo, adquieren progresivamente los elementos que les permitirán comunicarse y trabajar con la mayor eficiencia.

Conscientes de la necesidad de abordar más concretamente el aspecto intercultural, se han seleccionado una variedad de textos que recorren temas tales como la geografía y el clima, los medios de transporte, la contribución del turismo en la economía y sus impactos en los distintos destinos turísticos, los monumentos históricos y sus características, los tipos de turismos y de turistas, entre otros. Pero no solo se exploran los temas vistos desde la perspectiva de la cultura extranjera sino también desde la propia, a fin de contrastar y comparar rasgos, para identificar aquello que nos une y también comprender lo que nos separa.

Sin embargo, reconocemos que queda todavía un largo camino por recorrer con relación a esta competencia. El conocimiento y la reflexión sobre la cultura propia y las ajenas, junto con la práctica sostenida de las habilidades lingüísticas en lengua extranjera demandan un trabajo que claramente excede los límites de las clases de una o más lenguas extranjeras pero que, afortunadamente, se pueden completar con alternativas disponibles y posibles de realizar dentro del mismo ámbito de la unidad académica. Una de ellas sería la implementación de talleres optativos, por ejemplo, de lectura, discusión y redacción en inglés de temas relacionados al turismo; o de trabajo a partir de los géneros discursivos más comunes del turismo o de los que presenten mayor dificultades para los alumnos. Un aspecto fundamental en cuanto al abordaje de la oralidad es el de una “inteligibilidad adecuada” (Abercrombie, 1991, citado por Gilakjani (2012: 103), es decir, "una pronunciación que se puede entender con poco o ningún esfuerzo consciente por parte del oyente". Teniendo en cuenta las variedades de inglés surgidas a partir de la globalización, resulta imprescindible poder hablar y entender diferentes pronunciaciones a fin de lograr una comunicación exitosa en



contextos internacionales que comprenden tanto hablantes nativos como no nativos. Esta práctica también podría desarrollarse en talleres en los cuales el número de alumnos fuese reducido, fenómeno que en la actualidad no se produce ni en las clases teóricas ni en las prácticas de Inglés I y II. Otra propuesta que, creemos, nos permitiría integrar lengua extranjera y cultura sería, la realización de trabajos colaborativos interdisciplinarios con otras cátedras de la carrera en los que los estudiantes puedan efectivamente combinar sus “saberes” con su “saber hacer” en inglés.

Mención aparte merecen las constantes innovaciones en el campo tecnológico e informático, esta revolución cultural que ha dejado atrás formas más tradicionales de producción y transmisión del conocimiento. Esto constituye un desafío de actualización para los docentes, como señalaba ya David Eastment en 1999, al sostener que los docentes necesitaban ir adquiriendo habilidades cada vez más desarrolladas con los motores de búsqueda de información, también diversas formas de evaluar páginas y sitios en la Web, así como técnicas para manipular y crear sus propios materiales para trabajar en el contexto cibernético, pues la puesta en práctica de las TIC –como es sabido– reviste una enorme importancia para la tarea profesional del licenciado en turismo. Este panorama ofrece a los alumnos de grado una mayor posibilidad de trabajo autónomo, libre de limitaciones horarias y espaciales y, de este modo, facilita espacios propios de práctica adicional. Al respecto, cabe mencionar que se cuenta ya con un Campus Virtual, lo que sin duda representa una gran contribución para el desarrollo de la competencia intercultural a partir de tareas que impliquen la utilización de las TIC. En este marco de autonomía que buscamos, los docentes tenemos la tarea de fortalecer la formación de competencias básicas que permitan a los estudiantes pensar críticamente, organizar la información, y seguir aprendiendo más allá del ámbito del aula y las herramientas de apoyo que pone a disposición la tecnología, ya que estamos convencidas de que “la Universidad no tiene “productos finales” sino graduados en formación que aprenden a aprender durante toda la vida” (Pérez Lindo, 2007).

## **Conclusiones**

El nuevo paradigma que plantea la globalización del inglés como lengua internacional de comunicación así como el sostenido crecimiento de los hablantes de inglés no



nativos que se trasladan por todo el mundo y llegan hasta nuestro país, entre otras razones, han determinado cambios en las necesidades y las razones para estudiar inglés, más aún en el contexto de la formación de profesionales idóneos en el ámbito del turismo. Estos cambios han producido primero en los docentes una necesidad de volver a reflexionar sobre qué, a quiénes y para qué estamos ofreciendo en nuestros cursos la lengua extranjera, lo que inevitablemente ha llevado a repensar las metas, la metodología y los materiales que se emplean en los dos niveles. Los estudiantes se ven beneficiados por la implementación de estas nuevas consideraciones y, en el marco de un contexto nuevo y altamente competitivo, podrán contar con una habilidad básica más, ser personas multilingües, lo que los pone en clara ventaja frente a quienes sean monolingües. En su perfil profesional habrán de necesitar el inglés y el portugués así como otras lenguas si han de ser exitosos en su trabajo, sea en el nivel profesional o académico.

## Referencias

- AA.VV. (n/d) Marco conceptual de la normalización y certificación de competencias. Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Argentina; disponible en: [www.trabajo.gob.ar/downloads/formacioncontinua/06\\_UTECC\\_Marco\\_Conceptual.pdf](http://www.trabajo.gob.ar/downloads/formacioncontinua/06_UTECC_Marco_Conceptual.pdf). Consultado: 15/8/2013.
- Boucher, A. (n/d) Las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (OMD). *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. Organización de Estados Iberoamericanos, disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones15.htm>. Consultado: 30/8/2013
- Byram, M. (2008). *From Foreign language education to education for intercultural citizenship: Essays and reflections* (Vol. 17). Multilingual Matters.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica* 19: 9-32.
- Campos Cardoso, L. M. & Gallardo López, C. T. (2012). El desarrollo de la competencia intercultural en los licenciados en turismo en Cuba: Urgencia en la formación de estos recursos humanos desde un enfoque por competencias. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, Volumen: 9 (septiembre).
- de Grado, L. B. D. T. en Turismo. (2004). *Universidad de Málaga. ANECA: España*.
- García Manjón, J. V., & Pérez López, M. D. C. (2009). Análisis de las competencias lingüísticas y digitales en el marco de los estudios universitarios de turismo en España. *Actualidades Investigativas en Educación*, 9 (1), 1.
- Gilakjani, A. P. (2012). The Significance of Pronunciation in English Language Teaching. *English Language Teaching*, 5(4), p96.

- Graddol, D. (2006). *English Next*. Plymouth: Latimer Trend & Company Ltd.
- Eastment, D. (1999). *The Internet and ELT*. Oxford: Summertown Publishing.
- Guerrero Serón, Antonio. (1999). El enfoque de las competencias profesionales: una solución conflictiva entre formación y empleo. *Revista Complutense de educación*. Volumen 10. (Nº 1), pp. 335-360.
- Jenkins, J. (2006). *Current Perspectives on Teaching world Englishes and English as a lingua franca*. *TESOL Quarterly*, 40 (1), 157-181.
- Kumaravadivelu, B. (2005). *Understanding Language Teaching: From Method to Postmethod*. Routledge.
- McKay, S. L. (2003). Toward an appropriate EIL pedagogy: Re examining common ELT assumptions. *International Journal of Applied Linguistics*, 13(1), 1-22.
- Pérez Lindo, A. (2007). Principios y aplicaciones de la gestión del conocimiento en la Universidad. En: *Aportes de las Ciencias sociales y humanas al análisis de la problemática universitaria*. Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas (editor), pp. 67-76. Buenos Aires: Prometeo Editor
- Seidlhofer, B. (2003). *A concept of international English and related issues: from 'real English' to 'realistic English'?*. Language Policy Division, DG-IV-Directorate of School, Out-of-School and Higher Education, Council of Europe.