El español con fines específicos. El español en el hotel

CONCHA MORENO
Universidad de Málaga

MARTINA TUTS
Asesora turística

1. Introducción

En el panorama actual del Español/Lengua Extranjera se observan diferentes tendencias. Nacida sin duda de la necesidad de no perder tiempo a la hora de aprender, o de la necesidad de centrarse en aquello que se necesita en el trabajo —ya que la lengua meta se considera como instrumento laboral en primer lugar en el caso que nos ocupa— se encuentra la tendencia de los Fines Específicos. Dentro de ellos, el Español Comercial o de los Negocios parece llevarse la palma en lo que a publicaciones se refiere, sean manuales o artículos.

Sin embargo, a la luz de la práctica cotidiana, el español dirigido al mundo del Turismo no resulta menos importante. Hasta ahora no se le ha dedicado excesiva atención; no obstante —como trataremos de demostrar—, tanto las personas que se dedican a esta profesión, como la lengua que van a manejar, se diferencian de los que aprenden español con otros fines también específicos: enseñanza, medicina, marketing, negocios, etc. Las primeras resultan diferentes por las cualidades que se esperan (se exigen) de ellas, la segunda alcanza su especificidad, no porque estructuralmente sea distinta, sino por lo que se refiere al vocabulario y a la presentación o elección de los contenidos gramaticales, así como por la importancia

que adquieren en este campo la adecuación al contexto y las diferencias socioculturales.

Veamos, pues, en qué consiste esa especificidad.

2. Análisis de necesidades

2.1. Punto de vista de la experta en turismo

Cuando, al final de un viaje o más específicamente de un circuito, se hace una evaluación de las impresiones del grupo, se puede constatar la importancia que adquieren las personas que han estado en contacto con él, desde la que lo ha recibido en el hotel, que podía ser capaz o no de atenderles y resolver sus problemas en su idioma, hasta la persona que acompaña, tanto por su conocimiento de los lugares visitados, como por su capacidad para transmitirlo y dosificarlo en función de los intereses del grupo.

Otra perspectiva que debemos tener en cuenta es la de los estudiantes de turismo que vienen a España a hacer prácticas. Estas personas pasan por dos momentos claros, diferenciados e, incluso... típicos:

- Su primera preocupación es expresarse «como nativos» y comprender a éstos cuando hablan, cosa que suelen conseguir gracias al contacto con sus colegas y con las situaciones laborales a las que deben enfrentarse cada día.
- Al poco tiempo se dan cuenta de que no basta con hablar, necesitan poder escribir y no sólo breves faxes de confirmación o de petición de precios, sino cartas de reclamación o contratos con hoteles, etcétera.

Ambas constataciones nos permiten determinar que un futuro profesional del turismo no puede —no debe— adquirir sus conocimientos de la lengua de la misma manera que un futuro profesor o que un futuro traductor.

2.2. El punto de vista del experto en la enseñanza-aprendizaje de E/LE

Cuando en una clase de español se pregunta a los alumnos por qué lo estudian, podemos escuchar infinidad de respuestas:

- porque me gusta la lengua;
- porque quiero viajar a Hispanoamérica;
- porque me será útil en mi trabajo;
- porque, si aprendo una lengua más, mi empresa me pagará más;

- porque tengo novio/a español/a;
- porque tengo una casita en la costa y quiero poder hablar con mis vecinos;
- porque es más útil que ... (otra lengua).

Como vemos, en la misma clase podemos encontrar a los que sólo están pensando en las vacaciones y a aquellos cuyo objetivo es llegar a ser unos profesionales competentes.

Si ampliamos la pregunta para los que nos han respondido en relación con su trabajo, nos daremos cuenta de que nuestra clase puede resultar interesantísima para unos o muy poco útil para otros. ¿Cómo satisfacer por igual a aquellos estudiantes que quieren ser traductores o intérpretes que a los que un día serán profesores de español o a los otros que tienen que entrenarse para guiar y atender a grupos de turistas de habla hispana?

Si a esto añadimos la forma de aprender de cada uno, unida a su facilidad para las lenguas o la ausencia de ella, los intereses personales, las procedencias culturales, la edad, etc., obtendremos un problema muy común en una clase de idioma extranjero, agravado, en nuestra opinión, porque los objetivos no son comunes y, por tanto, los métodos y los materiales tampoco pueden serlo.

Para salir de esta situación, el docente debe contar con algo que normalmente no depende de su voluntad ni de su preparación: grupos cuyos objetivos sean comunes o lo más parecidos posible.

Dando por supuesto que hemos separado a los traductores e intérpretes de los profesores y de los futuros profesionales del turismo y que vamos a dirigirnos a estos últimos, demos los pasos siguientes, que son:

- preguntarnos si el español destinado al mundo del turismo es diferente del empleado en cualquier otra área;
- en caso afirmativo, debemos preguntarnos en qué consiste esa especificidad;
- preguntarnos qué se espera del profesional del turismo;
- averiguar si existen materiales que cubran adecuadamente las necesidades descubiertas anteriormente.

3. Metodología

Tras haber reflexionado como lo hemos hecho, debemos buscar la forma en que todas las cuestiones anteriores encuentren respuestas adecuadas en la clase y en los materiales y ello debe ser así en este caso, puesto que se da la circunstancia de que las firmantes de este artículo reúnen las características de profesoras y autoras.

Si ponemos un poco de orden en todo lo anterior, obtendremos las siguientes preguntas:

A. ¿Quién va a estudiar español turístico?
   - edad
   - lengua materna
   - otros idiomas hablados
   - conocimientos previos
   - otros intereses.

B. ¿Qué características debe reunir el profesional del turismo?
   - capacidad de reacción ante los imprevistos
   - flexibilidad y cortesía
   - firmeza
   - capacidad para transmitir tranquilidad y seguridad a los clientes (tono, vocabulario, giros lingüísticos, etcétera)
   - sentido del humor.

C. ¿Con quién va a utilizar el español?
   - con gente joven
   - con jubilados
   - con ejecutivos.

D. ¿Cómo va a utilizarlo?
   - hablando
   - escribiendo.

E. ¿Dónde va a utilizarlo?
   - en un hotel
   - como acompañante de grupos
   - en una agencia de viajes.

F. ¿Qué contenidos tiene?
   - de vocabulario
   - de registro
   - de estructuras
   - de cultura.

A continuación, vamos a intentar manifestar nuestro punto de vista sobre las cuestiones que hemos planteado.

A. Los alumnos

Las dos primeras preguntas resultan de gran utilidad para el docente, que podrá realizar fichas personales para que sus alumnos las rellenen y, de esa forma, obtener información concreta sobre cada grupo en particular. Si contestamos a esas cuestiones de un modo general, sabremos que la edad habitual de estos estudiantes es de veinte años aproximadamente. Eso nos puede dar una idea de sus intereses: suelen hablar dos lenguas cuando llegan al estudio del español y, siempre hablando en general, les gustan los viajes y descubrir cosas nuevas, no tienen grandes problemas para relacionarse con otros ni para vivir durante un tiempo en otros países.

B. ¿Puede cualquier persona dedicarse al turismo?

La respuesta parecería obvia: *Por supuesto que sí.* Al principio de esta exposición hemos mencionado algunas características de quienes se deciden a estudiar esta especialidad. No obstante, es necesario matizar que es una profesión que requiere unas cualidades innatas para el trato con la gente y para resolver situaciones que no siempre se pueden aprender en un manual. Hay personas que las poseen y la función de un curso, un manual y un docente es potenciarlas. Hay otros aspirantes que no las poseen; sin embargo, quizá quieran seguir estudiando a pesar de no ser bastante rápidos a la hora de reaccionar ante un cambio de hotel de última hora, o ante la falta de guía por exceso de público en una visita concertada.

¿Cómo superar y hacer sonreír a la gente que pasa ocho días en Andalucía y durante cuatro de ellos ve llover a cántaros? ¿Qué hacer cuando el grupo llega a una hermosa ciudad como Baeza, donde —se les ha dicho— van a descubrir una Andalucía llena de vida, y ese día TODO está cerrado por una huelga general? No es culpa de nadie, evidentemente; pero tampoco de los viajeros. Por ello hay que improvisar, buscar rápidamente algo que compense la decepción. Hay que conseguir que no se vaya al traste el trabajo de semanas, tal vez de meses.

Podríamos contar cientos de anécdotas vividas tanto como profesionales del turismo, como en calidad de profesoras de futuros profesionales, pero ello merecería un artículo entero. Por lo tanto, nos vamos a limitar a resumir el porqué de las cualidades seleccionadas:

- capacidad de reacción ante los imprevistos si no queremos que "los elementos" nos hundan el trabajo;
- flexibilidad y cortesía para adaptarse a las diferentes personalidades de los clientes y para responder amablemente, incluso, a viajeros nerviosos;

- firmeza y cortesía (de nuevo) porque, a veces, cuando los nervios son excesivos, es necesario decir "hasta aquí hemos llegado", eso sí, sin faltar al respeto a nadie;
- capacidad para transmitir tranquilidad y seguridad en cualquier circunstancia, pero, sobre todo, en situaciones extremas; los clientes deben saber que la persona que los atiende sabe lo que hace y está allí para ayudarles. Eso debe conseguirlo con su profesionalidad, con su paciencia, y debe manifestarlo en su forma de expresarse, tanto en el tono, como en su vocabulario y en los giros y expresiones usados;
- sentido del humor que no ofenda a ninguna nacionalidad, ni hiera ninguna sensibilidad; no olvidemos que cualquier problema empieza a ser menos grave si sabemos reírnos de él y... de nosotros mismos.

El papel de los manuales y del docente es proveer de situaciones en las que los futuros profesionales se vayan entrenando. En cualquier caso, la realidad siempre estará dispuesta a darles grandes sorpresas. Pongamos un ejemplo de lo que podemos ofrecer en un manual.

Ejemplo núm. 1

I b 1)

Después de leer atentamente las dos situaciones siguientes, imagina un diálogo con tu compañero/a, en el que tú eres el/la responsable de la empresa involucrada. Tu cliente está muy enfadada/o y tienes que tranquilizarla/le:

Cecilia Gallego viajó a una isla del Caribe con una agencia mayorista en julio pasado. Después de una semana en un hotel, se trasladó a otro y se encontró con distintos problemas:

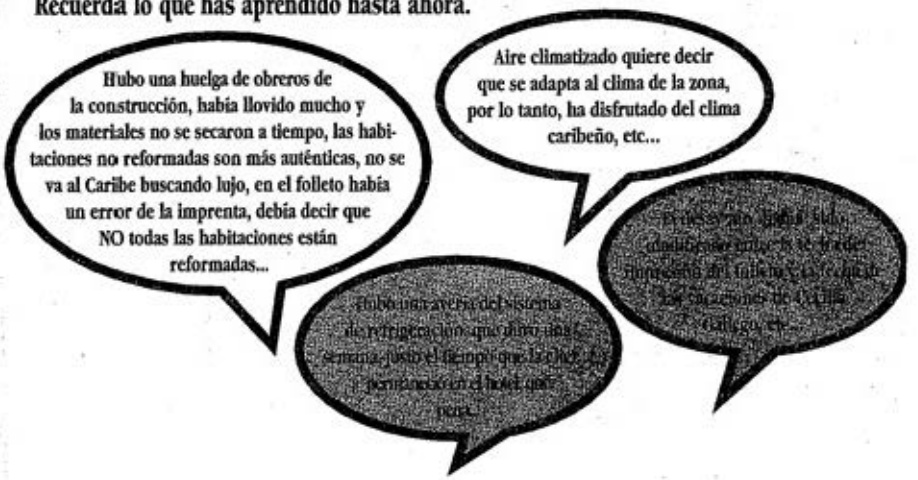
→ La habitación que le dieron no había sido reformada (el folleto decía que el hotel había sido renovado).

→ No había aire acondicionado en las habitaciones, sólo en las zonas comunes (el folleto decía que el hotel estaba totalmente climatizado).

→ El desayuno era del tipo continental (el folleto anunciaba un desayuno "full american breakfast").



Te damos algunas ideas para disculparte, pero no olvides ofrecer una compensación. Recuerda lo que has aprendido hasta ahora.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

I b 2)

Los señores Paniagua Santos reservaron un viaje con una agencia minorista...

A su llegada a Madrid se incorporaban a un grupo de turistas que salían para Santiago de Compostela. Una azafata debía esperarlos en el aeropuerto. El vuelo llegaba a Santiago a las 18:30. Por culpa de unas obras en el aeropuerto de Madrid, el avión salió con dos horas de retraso y llegó a Santiago a las 20:30. La azafata no estaba en el aeropuerto. Los señores Paniagua interponen una reclamación al aeropuerto de Barajas y otra a la agencia minorista porque la guía no estaba esperándolos.

En el aeropuerto de Barajas: Explicas los motivos y das/no das la razón a tus clientes, por tratarse de algo que no se puede evitar...

.....

.....

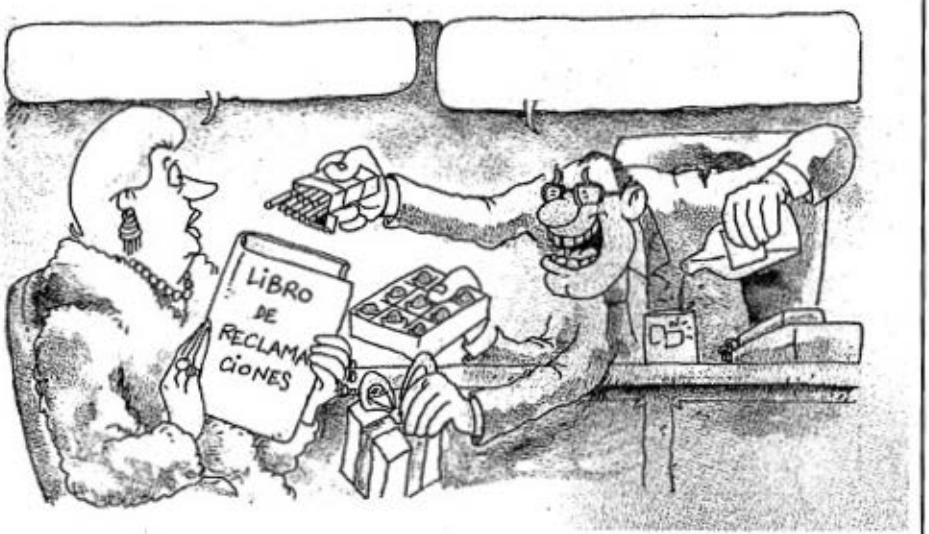
.....

.....

.....

I b 3)

Imagina con tu compañero/a las reclamaciones de la señora. Tú eres el director del hotel y contestas...



.....

.....

.....

.....

.....

C. Los clientes

Esta pregunta es más difícil de contestar porque todo el mundo es viajero potencial y aunque cabe suponer que serán los mayores quienes, por su poder adquisitivo, requieran más fácilmente los servicios de profesionales cualificados y preparados, la experiencia nos demuestra —como veremos más adelante— que no siempre es así.

Pensar en la edad de los clientes nos lleva a tener muy en cuenta el registro del idioma que debemos transmitir: es un lugar común decir que en el terreno profesional hay que insistir en el *usted*. Pero no debemos olvidar que a veces los españoles piden a la gente que los tutee porque el usted *me hace más viejo/a*. Por todo ello insistiremos en que nuestros alumnos manejen con igual soltura ambas formas de tratamiento, si bien daremos más énfasis a las fórmulas de cortesía.

Asimismo, saber de antemano el tipo de clientes al que vamos a atender nos dará información pertinente: conocimiento previo de la región, conocimientos previos de arte y cultura, aficiones de tiempo libre, etc. Con todo ello se podrá elaborar una oferta o un programa que encaje con las expectativas de los viajeros, así como la profundidad de las explicaciones que la persona acompañante debe dar.

A continuación, veamos un ejemplo de un fax real donde se demuestra que los adolescentes también viajan:

PROMETOUR
284, RUE NÔTRE DAME OUEST
MONTRÉAL, QB.
H2Y 1T7.

To: MARTA ANGULO
Company: MARAVILLAS TRAVEL
Phone:
Fax:
From: STANISLAS MYSZKOWSKI
Company: PROMETOUR
Phone: 514 848 7292
Fax: 514 848 0284
Date: 08 / 05 / 98
Pages including this cover page: 2

REFERENCE: MS # 51 TRIP TO SPAIN.
Salut, Marta,
Les enfants ont entre 12 et 14 ans, donc le guide doit être un jeune, sympa, pédagogue et parlant parfaitement l'anglais. Les gamins sont jeunes. Penses - y, notamment dans le choix des menus, il faut de la nourriture "spanish", mais souvenez-vous que ce sont des adolescents. Donc, pas trop compliquée. Par contre, toujours deux choix minimum de menus + 1 option pour les végétariens. Tu auras le nombre de végétariens en avance. De plus il y a 23 filles et elles sont assez compliquées.
Gracias y hasta luego.
Stanislas.

Como hemos podido leer, en este caso es muy importante tener en cuenta la edad de los viajeros y sus preferencias culinarias; por otra parte, el acompañante debe saber dar informaciones sobre La Alhambra o La Mezquita, no para expertos en ate, sino para adolescentes, de ahí que se pida que sea un buen pedagogo, simpático y, sobre todo, joven, para que pueda entender más fácilmente las necesidades de sus clientes.

Con todo ello descubrimos que, si bien se suele decir que el registro habitual es el de *usted*, aquí nos encontramos con un grupo que acogerá muy bien el tuteo. No descuidemos, pues, todas las formas verbales.

D. Para hablar o para escribir

Hemos mencionado antes que la primera necesidad de un profesional del turismo se centra fundamentalmente en dos competencias: la comprensión auditiva y la expresión oral. Ello debe condicionar el enfoque metodológico de nuestras clases, así como la elección —o creación— de materiales.

Tras la entrada en el campo de la enseñanza de las lenguas extranjeras, de los enfoques comunicativos enriquecidos con las aportaciones de la pragmática, plantearse dar más énfasis a la comunicación no resulta difícil.

El docente, o quien se acerque a la creación de materiales, deberá realizar su programa u ordenar los contenidos de sus libros atendiendo más a las necesidades funcionales y de vocabulario que a las estructuras gramaticales propiamente dichas. No queremos decir que la gramática esté ausente del curriculum, sino que debemos poner más atención a la capacidad de comunicación. Todo consiste en la secuenciación de las destrezas.

Primero, comprendamos y hablemos. Después comprendamos y escribamos.

E. Con los viajeros o con los touroperadores

Esto enlaza con la última frase del párrafo anterior. Si el futuro profesional va a estar más en contacto con los viajeros, deberá ser un experto de la comunicación oral: tendrá que recibirlos en el aeropuerto o en el hotel; tendrá que acompañarlos en los circuitos haciendo amenas sus explicaciones, deberá aconsejarles sobre las posibilidades que ofrece una ciudad, etcétera.

Si, en cambio, su trabajo consiste en elaborar contratos, redactar o contestar cartas de reclamación, programar circuitos, etc., lo que se le va a exigir es un conocimiento mayor de la competencia discursiva, sea para leer o para escribir, y un vocabulario más técnico.

Todas estas reflexiones nos llevan a la deducción de que la programación de un curso destinado al turismo no debe hacerse según criterios gramaticales; lo que debe estar presente es la lengua como instrumento de comunicación en situaciones determinadas, las cuales, por otra parte, suelen repetirse casi sistemáticamente. Por ello nuestra propuesta es el enfoque situacional y dentro de él se hará el análisis de estructuras y vocabulario requeridos en cada caso.

En cuanto al orden en que deben aparecer estas situaciones, somos partidarias de que se presenten de la misma forma en que suelen darse en la vida real, aunque, claro, está, admiten todas las variantes que permite la libertad propia de la imaginación de cada uno.

F. Contenidos específicos, sí o no

De alguna manera venimos respondiendo a ello desde el principio. Lo específico de un ámbito como el turismo radica fundamentalmente en el vocabulario, en la integración de elementos culturales y en el análisis funcional de las situaciones. En consecuencia, será también peculiar el orden de aparición de algunos contenidos, si lo comparamos con programas basados en enfoques más tradicionales.

Según lo presentado hasta ahora, podemos establecer más concretamente los objetivos que debe perseguir un curso de español para el turismo:

- La competencia oral en las siguientes situaciones:
  - en el aeropuerto al recibir a los clientes
  - en cualquiera de los servicios de un hotel
  - en la cafetería o en el restaurante
  - al teléfono
  - en la agencia de viajes.
- La competencia oral para las siguientes funciones:
  - saludar y despedir a los clientes
  - reaccionar ante clientes conocidos
  - informar y aconsejar
  - informar sobre precios y fechas
  - informar sobre la situación de lugares y monumentos
  - reaccionar ante quejas o protestas
  - reaccionar ante las muestras de agradecimiento
  - transmitir mensajes telefónicos
  - describir hoteles, circuitos, lugares, etcétera.
  - convencer para conseguir algún servicio concreto
  - argumentar a favor o en contra de una postura.
- El dominio de áreas léxicas específicas:
  - monedas y cambio
  - números y fechas
  - nacionalidades
  - comidas y bebidas en general
  - comidas y bebidas propias de una región
  - el tiempo
  - instalaciones y servicios del hotel
  - el teléfono: deletreo y frases hechas propias de este medio
  - espectáculos y entretenimiento
  - coches.

- La terminología propia de la agencia de viajes:
  - reservas
  - cotizaciones
  - grupos y circuitos
  - alojamientos en general
  - ofertas
  - contratos con hoteles y touroperadores
  - reclamaciones.
- La competencia escrita a dos niveles:
  - rellenar fichas
  - escribir notas
  - escribir una nota a partir de un mensaje telefónico
  - redactar faxes / cartas de petición de servicios
  - contestar a peticiones de servicios
  - contestar a protestas o reclamaciones
  - redactar cartas / faxes de protesta o reclamación
  - elaborar programas para grupos.

4. Los materiales

Lo que nos llevó a la creación de un manual dedicado al mundo del turismo fue la fuerte demanda de alumnos que se preparan para ser profesionales en este terreno y la comprobación de la falta de materiales organizados a tal efecto.

Basándonos en los principios defendidos hasta aquí, decidimos que un libro de este tipo debía recorrer el camino habitual de unos clientes imaginarios. Como es lógico, tuvimos que decidir en qué momento aparecían unas situaciones u otras, pero eso no significa que siempre tengan que darse así.

Veamos algunos ejemplos:

Ejemplo núm. 2

UNIDAD 2

EN LA CAFETERÍA

1 a) Escucha y, a continuación, completa el siguiente diálogo.

- Buenos días, ¿qué desean los señores?
- Una cerveza, por favor.
- ¿Tubo o botellín?
- Botellín, si puede ser.
- Por supuesto, señor. ¿Y para usted, caballero?
- Un café con leche y un bocadillo de jamón.
- ¿Jamón serrano y tomate?
- Sí, por favor.





Diálogo

- Buenas ..... ¿ ..... las ..... ?
- Un .....
- ¿Solo o con leche?
- ..... ?
- Y para la .....
- Un ..... tinto y un ..... de queso.
- ¡Buena idea! Yo también quiero un ..... pero de tortilla ..... o ..... ?
- .....
- Española, por supuesto.
- Ahora mismo.

I b)

Después de leer esta carta, ¿puedes decir cuáles son las diferencias con tu país?

Carta

Bebidas calientes

Café	150 pts.
Té	150 pts.
Chocolate	185 pts.
Infusiones	150 Pts.

Sopas y Caldos

Sopa de cocido	250 pts.
Caldo con jerez	200 pts.
Sopa de fideos	200 pts.
Sopa de picadillo	200 pts.

Alcoholes

Whisky DYC	250 pts.
Ginebra Larios	250 Pts.
Anís	200 pts.
Coñac español	250 pts.

Alcoholes Internacionales

Combinados

Gin tonic	350 pts.
Cuba libre	350 pts.
Vodka naranja	350 pts.
Lumumba	350 pts.
Whisky escocés 12 años	600 pts.

Refrescos

Coca-cola	200 pts.
KAS naranja/limón/	200 pts.
Zumo de naranja natural	250 pts.
Mosto	200 pts.
Agua mineral	150 pts.

Aperitivos

Martini rojo/blanco	250 pts.
Cerveza caña	150 pts.
Tubo	200 pts.
Vino blanco/tinto	150 pts.

Raciones

Tortilla española	150 pts.
Jamón serrano	850 pts.
Queso manchego	725 pts.
Gambas a la plancha	1.200 pts.
Gambas al pil-pil	1.200 pts.
Calamares	725 pts.

Bocadillos

Jamón	500 pts.
Queso	300 pts.
Chorizo	300 pts.



I.V.A. 7% incluido

Observa: Las propinas.

En España se suele dejar una propina en restaurantes, cafeterías, bares y también a algunos profesionales como taxistas, maleteros, conductores de autocares y guías de turismo, si el cliente se encuentra satisfecho con el servicio. La cantidad que se deja en restaurantes/cafeterías oscila entre el 5% y el 10%, para los demás servicios, no hay cantidad establecida.

18

I c)

Completa el diálogo con los precios anteriores.



- La cuenta, por favor.
- ► Enseguida, señora.

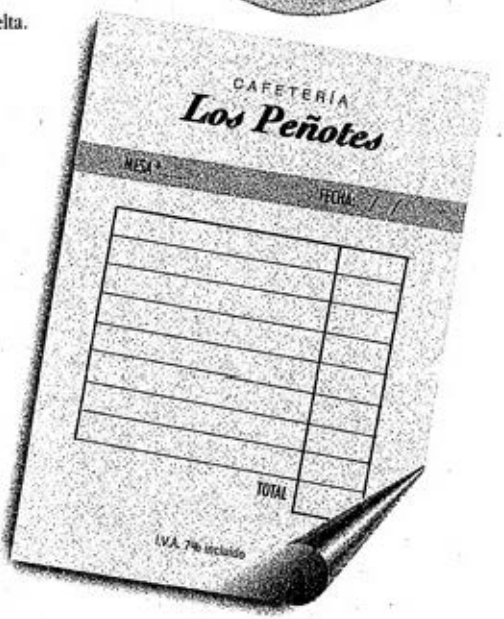
A ver: un café: ..... pts.
una cerveza: ..... pts.
un zumo de naranja: ..... pts.
un bocadillo de queso: ..... pts.
Son: ..... pts.

- Aquí tiene. Quédese con la vuelta.
- ► Gracias, señora.

I d)

Con los elementos de las columnas, rellena la hoja de pedido:

1 café solo	140 pts.
2 tintos	300 pts.
1 tubo de cerveza	125 pts.
1 mosto	110 pts.
1 tapa de tortilla	250 pts.
2 raciones de calamares	700 pts.



II

En el restaurante.

II a)

Escucha el diálogo y toma nota del pedido.

- Buenas tardes.
- ► Buenas tardes, señores. ¿Cuántas personas?
- Somos tres.
- ► ¿Han reservado?
- No, acabamos de llegar.
- ► Lo siento, señores, van a tener que esperar unos 15 minutos.
- De acuerdo, esperaremos en la barra.
- ► ¿Desean tomar algo?
- Sí, tomaremos tres finos; Ah... y la carta.
- ► Ahora mismo se la traigo, señor.

II b)

■ ¿Quiere pasar, por favor? Aquí tienen su mesa. ¿Han elegido ya?

▸ Sí, de primero .....

.....

▹ Yo quiero .....

.....

● Yo quiero .....

.....

II c)

▸ Y de segundo .....

.....

▹ Para mí .....

.....

● Y a mí me trae .....

.....

■ No nos queda conejo, señor. Le sugiero que pruebe el cabrito. Está muy bueno.

▸ .....

.....

■ ¿Y para beber?

▸ .....

.....

II d)

■ ¿Desean algo más? ¿Postre o café?

▸ Para mí .....

.....

▹ Yo .....

.....

● Para mí .....

.....

y la cuenta, por favor.



III

Observa el menú:

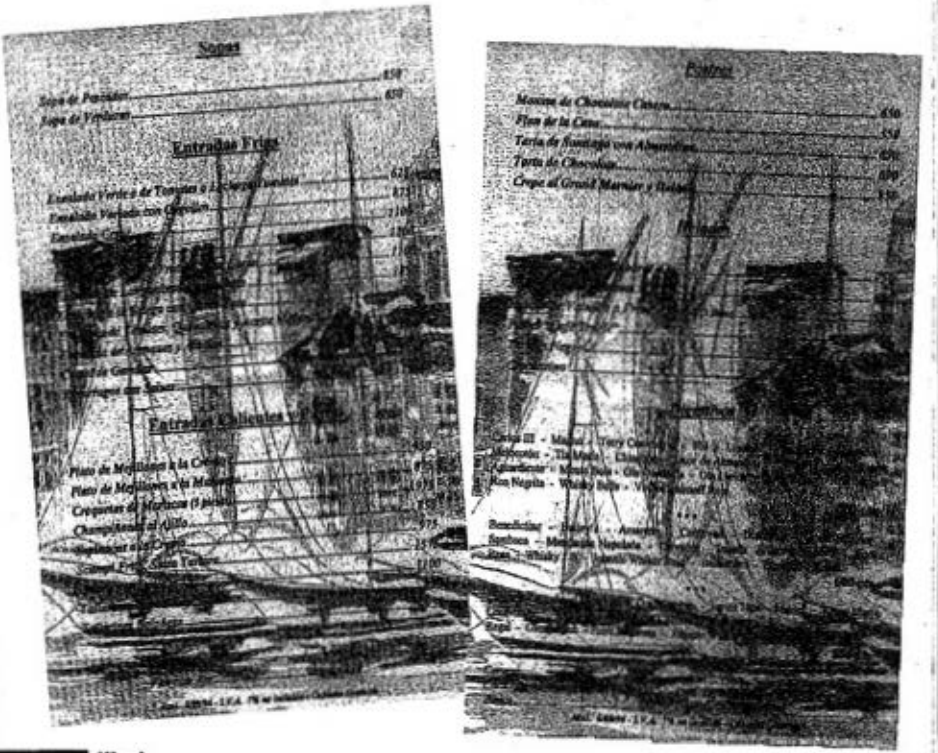
Tus clientes son cuatro:

A) Un vegetariano que no come ni carne ni pescado, pero sí huevos.

B) Un amante de la carne roja y los platos finos.

C) Una gastrónoma que aprecia sobre todo el pescado y el buen vino.

D) Un cliente que quiere probar todas las especialidades españolas.



III a)

Elabora un buen menú para cada uno de ellos.

A 

B 

C 

D 

21

Comprobamos, pues, que en esta unidad se da especial importancia a la comprensión auditiva y al vocabulario relacionado con la comida y la bebida. Se pide que los alumnos elaboren sus propios menús, que recomienden especialidades, que evalúen según un modelo dado, algún restaurante de su región y la unidad se completa con una lectura en la que se habla de la cocina española por regiones. El docente comprenderá, sin necesidad de que se lo explique ninguna guía didáctica, que en esta unidad la importancia radica en la interacción; Por ello las actividades del libro sólo son un pretexto para desarrollar otras situaciones parecidas. Más abajo se podrá ver un modelo de sugerencias de explotación aplicada a una unidad —la 4— en la que se comienza con una comprensión de lectura, pero en la que sigue siendo muy importante la interacción.

5. ¿Qué hacemos con la gramática?

Es posible que, para muchos docentes, un curso en el que no se incluyen ejercicios gramaticales explícitos, no sea completo. Lo que la experiencia nos ha enseñado es que las estructuras gramaticales son las mismas que las de la lengua en general; lo que varía es el momento de su aparición, y el predominio de unas sobre otras; por este motivo creemos que se debe empezar con alumnos de nivel básico —no inicial— o medio.

Por otra parte, el objetivo de un curso o manual con fines específicos es insistir en lo específico —perdónesenos la redundancia—, es decir, en la comunicación oral y la comprensión auditiva, por un lado, y en la comprensión de lectura y expresión escrita, por otro. Los ejercicios gramaticales pueden realizarse en otro momento; eso sí, sugerimos que el contexto de estas actividades esté siempre relacionado con la especificidad que nos ocupa. No obstante, para que el análisis de necesidades en el que hemos basado este artículo quede completo, veamos cuáles son los puntos gramaticales que necesitaremos.

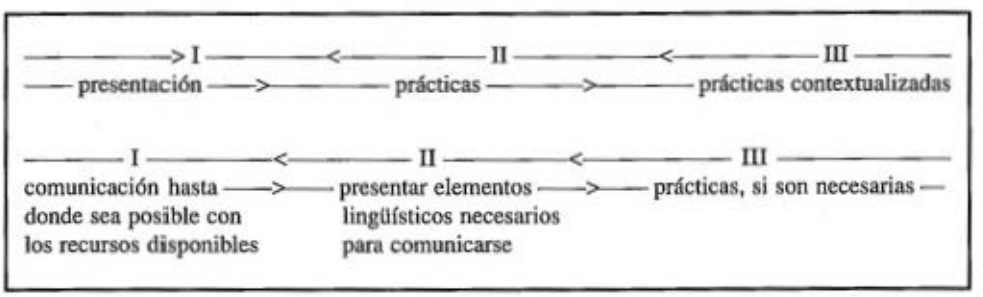
Si partimos de las situaciones, funciones y vocabulario enumerados más arriba, nos resultará fácil dar un ejemplo de un posible repertorio de temas gramaticales:

- verbos y expresiones para definir y caracterizar: *ser; contar con; disponer de; ofrecer; tener; con; de;* etcétera.
- verbos y expresiones para situar: *estar; encontrarse; hallarse; al lado de; cerca de; en pleno corazón*; etcétera.
- tiempos verbales en algunas de sus funciones: condicional de cortesía; condicional para dar consejos; presente con valor de futuro; presente en general; futuro para asegurar; imperativo para dar consejos o recomendar; los pasados en sus valores temporales;

- expresiones de tiempo;
- comparativos para hablar, por ejemplo, de diferentes hoteles;
- oraciones adversativas y concesivas ante peticiones o negativas del interlocutor;
- el subjuntivo para aconsejar y recomendar; para hablar del futuro; en frases de relativo; etcétera.
- el estilo indirecto para transmitir los mensajes de otros;
- las preposiciones;
- los conectores discursivos para la lengua escrita;
- una selección de verbos regulares e irregulares relacionados con el mundo del turismo [1].

Remitimos a los lectores de **Carabela** a la guía didáctica que acompaña el *libro El español en el hotel*, pues, con el fin de facilitar el trabajo a los docentes, hemos incluido al principio de cada unidad los temas gramaticales que aparecen en ella.

En más de una ocasión hemos mencionado el esquema de Brumfit (1979: 183) [2]. Creemos que es en este contexto didáctico donde podría aplicarse a la perfección:



El primer esquema corresponde a una programación habitual. Pero en el caso que nos ocupa, lo importante es que los alumnos se comuniquen hasta donde sea posible y si la causa de que la comunicación no siga adelante es el desconocimiento o falta de dominio de una determinada parcela gramatical, es ahí donde debe aparecer la explicación y la práctica significativa.

En este sentido no perdamos nunca de vista que nuestro objetivo en este caso es convertir a nuestros alumnos en buenos comunicadores, en transmisores de información, no en expertos en la lengua misma.

---

[1] Remitimos a los Apéndices I y II del *Español en el hotel, opus cit.*, pp. 143-185.

[2] BRUMFIT, C. J., y JOHNSON, K. (1979), *The communicative approach lo language teaching*, Oxford, OUP.

6. ¿Y el papel de la cultura?

No podemos olvidar que un profesional del turismo, además, es un transmisor de elementos culturales, sean estos los representados por el arte o la Historia de un país, o bien los que representan las tradiciones y costumbres. Por ello, a lo largo del curso —o del manual—, debemos intercalar datos, información, anécdotas que se engarcen en esa otra información más concreta que es la categoría de un hotel o la distancia a la que se encuentra nuestro próximo destino.

Remitimos, a modo de ejemplo a la primera comprensión auditiva del manual El español en el hotel, Unidad 7, página 67:

— Buenos días a todos, os habla, como cada sábado, Julia Ortega.... Son las 11:30 minutos y damos paso a nuestro programa semanal Pueblos de España.

Hoy viajaremos hasta Castilla y León para hablaros de algunas de sus leyendas y costumbres tradicionales más populares. Muchas de estas fiestas cayeron en el olvido durante años. Hoy día, afortunadamente, se están recuperando como parte del patrimonio folklórico de la región.

En Segovia, por ejemplo, se celebra cada año, sobre el 5 de febrero, la fiesta de las Alcaldesas, también conocida como la **fiesta de las Águedas**, *en honor a su patrona, Sta. Águeda. Ese día gobiernan las mujeres y eso ocurre desde la Edad Media. Visten un lujoso traje con falda roja, manto azul y mantilla negra y lucen joyas muy antiguas. Después de la misa, también queman al* pelele, *y entregan el trofeo «matahombres de oro» a alguna personalidad que se haya distinguido durante el año por sus críticas a la mujer... Cuenta la leyenda que en la época medieval, los moros se habían apoderado del Alcázar y hecho prisioneros a todos los hombres del pueblo de Zamarramala. Son las mujeres, que sedujeron a los invasores por sus buenas dotes culinarias, las que consiguieron la libertad de sus maridos y desde entonces y hasta el siglo XVIII, el pueblo no tuvo que pagar impuestos a la corona.*

Los carnavales, *como en todas las regiones de España, están muy enraizados en Castilla. Preceden al Cuaresma de la religión cristiana y se caracterizan por su permisividad, sus duras críticas a la vida social y política y las locuras que permite el disfraz.*

En Ciudad Rodrigo se celebra un carnaval muy popular e internacionalmente apreciado. En muchos casos, las celebraciones culminan con la condena a la hoguera del Carnaval, simbolizado por un muñeco de paja. A partir de 1937 y hasta los años 80, los carnavales fueron prohibidos en muchas regiones, por considerarlos acontecimientos paganos.

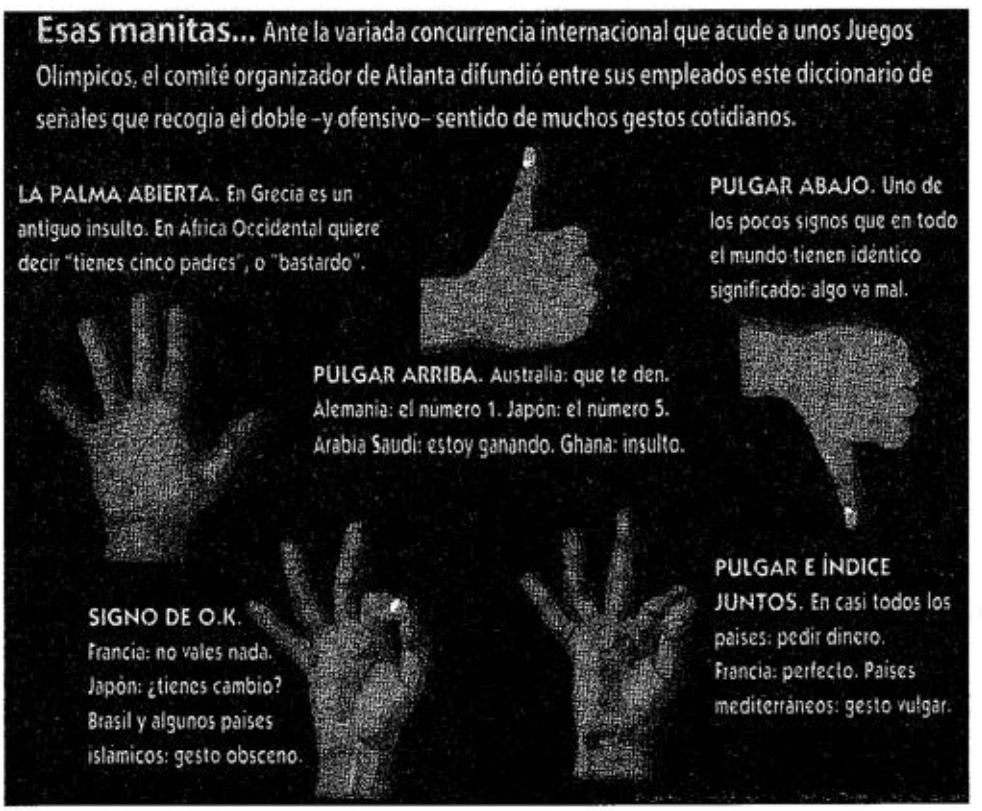
Y otra tradición muy popular, en **Salamanca**: *la del* **Lunes de Aguas**, *el lunes de la segunda semana después del domingo de Pascua y que se remonta también a la Edad Media.*

Durante la Semana Santa, la Iglesia quería que el pueblo estuviera limpio de pecados. Por ello, se obligaba a las prostitutas a dejar la ciudad. Éstas cruzaban el río Tormes y permanecían del otro lado del mismo. El lunes de Aguas se organizaba una gran fiesta y los hombres cruzaban el río en barca para ir a buscarlas. Se organizaba una gran merienda en la que se comía el **hornazo** *—masa de pan rellena con chorizo, huevos duros, jamón, etc.— y todos volvían a cruzar el río por la tarde, de vuelta a la ciudad.*

Por otra parte, es fundamental que se inculque en el futuro profesional la idea de la diversidad cultural. Este factor hará que sea alguien tolerante y dispuesto a aprender de sus clientes todo aquello que es diferente y que puede llegar a molestar sin que nos demos cuenta, porque un gesto, una frase, una actitud en un país puede resultar de una amabilidad extrema, mientras que en otros puede convertirse en el colmo de la grosería.

Veamos un ejemplo recogido en *El español en el hotel.*

Ejemplo núm. 3



7. El papel del docente

Creemos que es fundamental que se tengan presentes los principios en los que hemos centrado estas reflexiones: el análisis de necesidades y, en consecuencia, los objetivos que deben alcanzar los alumnos. Debemos ser conscientes de que la clase tiene que ser un ensayo constante de la realidad que se va a encontrar el alumnado cuando empiece a trabajar. No olvide-

mos lo mencionado a propósito de proveer de situaciones que, aunque puedan parecer inverosímiles a los "no iniciados", podrían palidecer ante la inverosimilitud de la realidad. Por eso, es imprescindible que basemos el diseño de nuestro programa en la interacción y en el desarrollo de unas destrezas por encima de otras. Debemos potenciar las cualidades innatas de las que hemos hablado y tratar de que las adquieran aquellos que no las tienen.

Por otra parte, se debe conocer el funcionamiento del mundo del turismo, al menos en sus características principales, manejar un vocabulario especializado —no olvidemos tampoco la importancia que hemos dado a escoger bien nuestra forma de expresión— y estar al día en cuanto a las novedades producidas en este campo. No obstante, un buen manual orientado específicamente a este mundo será de gran ayuda para el correcto desarrollo de la actividad.

Veamos ahora un ejemplo de cómo la guía de un manual puede ayudar a la preparación de una clase.

EL ESPAÑOL EN EL HOTEL. GUÍA DIDÁCTICA.

UNIDAD 4

EN LA AGENCIA DE VIAJES.

Objetivos generales de la Unidad:

- dar información sobre hoteles / alojamientos;
- describir las características de las diferentes categorías hoteleras;
- comparar los alojamientos;
- dar información sobre los servicios que ofrece cada hotel o alojamiento;
- preguntar por las preferencias de los clientes;
- recomendar / sugerir a los clientes el tipo de alojamiento más adecuado;
- aceptar/rechazar las sugerencias propuestas.

Como hemos podido comprobar, en esta ocasión no empezamos con una comprensión auditiva, sino con una serie de textos, lo que nos lleva a trabajar más la comprensión lectora. Los elementos lingüísticos, por tanto, están centrados, sobre todo, en el vocabulario descriptivo, puesto que los citados textos hablan de diferentes hoteles.

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta.

Si el docente lo considera oportuno, puede repasar o insistir en los siguientes puntos; para ello puede ayudarse de los *Apéndices*:

- verbos para situar : *encontrarse; estar situado/a; encontrarse situado/a*;
- repaso de los números en relación con los teléfonos;
- recursos para describir: *disponer de; contar con; completarse con; componerse de; tener; ser; distinguirse por; ser conocido/a por; tener fama de; corresponder a*;

- recursos para comparar: *más que; menos que; igual de... que; tan... como; ser inferior / superior a; ser del mismo / misma ... que*;
- tiempos verbales: el presente de indicativo; el futuro; imperfecto y condicional de cortesía; subjuntivo detrás de verbos como: *aconsejar; gustar; preferir*; pretérito perfecto y en expresiones como : *cuando quiera*;
- preposiciones *para* y *por* usadas, sobre todo, para expresar tiempo;
- algunas frases en pasiva: *ser cambiados; ser conocido por.*

Soluciones y sugerencias de explotación

Ia) Después de leer atentamente la descripción de estos hoteles de la Habana, haz una comparación entre ellos, rellenando el esquema siguiente:

Estamos ante una comprensión lectora que se centra en la descripción de diferentes hoteles. Debemos pedir a nuestros alumnos que:

- se fijen en los elementos usados para tal fin, así practicarán la descripción y la definición;
- teniendo en cuenta las distintas categorías hoteleras, deben señalar en qué se diferencian los hoteles de tres estrellas de los de cuatro, con lo cual van a reforzar la expresión de la comparación;
- sugerimos que se comparen, además, los dos de tres estrellas —Neptuno y Presidente— para ver en qué se diferencian.

Llamamos la atención sobre algunas expresiones:

- *a la llegada*
- *a unos* (+ expresión de tiempo) *de* (+ expresión de lugar)
- *según las normas*
- *sin previo aviso.*

En el cuadro que sigue no hemos puesto todas las posibilidades. Por otra parte, sugerimos que los alumnos no se limiten a enumerar una lista de palabras sino que definan cada hotel con sus propios recursos.

Ejemplo: El hotel Presidente es uno de los más tradicionales porque está en...; como casi todos, tiene aire acondicionado, pero ofrece menos servicios extra ya que es de menos categoría.

CARACTERÍSTICAS	NEPTUNO	PLAZA	COMODORO	M. COHIBA	CASA GRANDA	PRESIDENTE
CALIFICACIÓN EN ESTRELLAS	tres	cuatro	cuatro	cuatro	cuatro	tres
SITUACIÓN	cerca del mar	casco histórico	cerca del mar, cerca del centro	Paseo Marítimo	centro de la ciudad, junto a un parque	en el Malecón una zona importante
CONSTRUCCIÓN	moderna	colonial	moderna (bungalows)	moderna	colonial	renovada
TIPO DE HABITACIONES						

DEPORTE Y/U OCIO	piscina; tenis	tiendas	frontón	gimnasio; squash; masaje; barbacoa	bar; restaurante; boutique	piscina; discoteca
AIRE ACONDICIONADO SÍ/NO	sí	no	sí	sí	sí	sí
ACCESO DIRECTO A LA PLAYA	no	no	no	no	no	no
OTROS						

Ib) Las características que te damos a continuación te ayudarán a describir un hotel. Colócalas en la columna adecuada.

La realización de esta actividad es la preparación para la siguiente, que debe enfocarse de manera libre. La presente podemos llevarla a cabo en pequeños grupos que eligen las características de "su hotel" y luego "lo presentan" a los demás compañeros en "una feria de turismo". Se puede acompañar esta descripción con dibujos creados por los propios alumnos o con documentación preparada previamente.

Ic) Describe el hotel ideal para un viaje de novios, basándote en las características dadas más arriba.

De realización libre, como decíamos antes, puesto que ya hemos suministrado los elementos necesarios. Puede hacerse en clase, en parejas o pequeños grupos, o bien mandarlo para casa. En ese caso, los alumnos deben presentarlo por escrito. El docente decidirá si, una vez leído el trabajo, los alumnos deben presentarlo de manera oral al resto de sus compañeros.

8. Conclusión

En realidad, lo único que nos queda por hacer es resumir las consecuencias que se desprenden de lo dicho hasta aquí:

- la enseñanza con fines específicos debe enfocarse desde el análisis de necesidades y desde los objetivos perseguidos por los futuros profesionales;
- el enfoque de la enseñanza en el campo del turismo tiene que estar orientado a la consolidación de unas destrezas o habilidades por encima de otras, todas ellas relacionadas con la comunicación;
- la especificidad de esta materia radica en el vocabulario y en la mayor importancia que debe darse a la expresión oral y a la comprensión auditiva en un primer momento, además de los elementos culturales;

- las cualidades personales del futuro profesional pueden salvar o ayudar a hundir una situación conflictiva, por ello hay que trabajarlas constantemente;
- la gramática debe quedar en segundo plano en este enfoque, sin que eso signifique que se descuide.

Pongámonos en el papel de unos clientes exigentes que esperan ser atendidos por profesionales competentes: formemos a nuestros alumnos según esos criterios.