Estrategias para la mejora de competencias comunicativas: una propuesta didáctica basada en destinos turísticos españoles

Dra. Gemma Luengo

1. ESTRATEGIAS PARA LA MEJORA DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

Los docentes de español se encuentran con muchos tipos de estudiantes a lo largo de su carrera docente e investigadora, estudiantes que quieran aprender español por muchos motivos diferentes y un perfil distinto. Así, antes de plantear estrategias, en primer lugar tenemos que preguntarnos a quién nos dirigimos. Es muy interesante y necesario a la vez conocer los intereses y las necesidades que nuestros alumnos presentan.

En todo caso, una finalidad o necesidad común es la adquisición y la mejora de competencias comunicativas. Muchas veces nuestros estudiantes saben la teoría perfectamente e incluso algunos están muy bien cubiertos a la hora de vocabulario y gramática pero lo que les cuesta es comunicarse: hablar, entender y mediar en contextos significativos y reales de uso de la lengua.

Además, hemos de considerar los aspectos socioculturales, ya que «hablar un idioma es asumir un mundo, una cultura», como defendía Frantz Fanon. De hecho, el lenguaje nos conecta con otras personas, es un vehículo de comunicación, pero a la vez el enfoque comunicativo considera los aspectos socioculturales. Vemos que no se trata tan solo de centrarnos en enseñar y promover el conocimiento de la lengua, sino su uso en distintos contextos culturales. Para ello es fundamental la interculturalidad, a su vez reflejada en el *Plan curricular del Instituto Cervantes* (2006). Así, tenemos en cuenta los referentes culturales, las habilidades y actitudes y los saberes y comportamientos socioculturales.

Podemos encontrar todo ello en un viaje, donde conjugamos el uso del idioma extranjero, el desempeño comunicativo y la interculturalidad. En este ámbito del viaje es muy propicio centrar nuestras estrategias de aprendizaje para la mejora de las competencias comunicativas.

1.1. La enseñanza de español y los viajes en el contexto de la pandemia

Nos encontramos en un contexto (curso 2020-2021 y 2021-2022) en el cual la pandemia nos ha hecho vivir y sentir a veces de manera diferente el transcurso del año académico. Tanto los alumnos como los docentes nos hemos tenido que adaptar a las plataformas digitales y a las clases *online,* en algunos casos casi de manera repentina y utilizando un canal de comunicación, el *online,* que se ha convertido casi en la única manera de seguir realizando nuestras clases de español en algunos momentos.

Además, para los alumnos de español que quieren aprender el idioma y ponerlo en práctica visitando o estudiando en España, esto no ha podido ser viable en muchos casos. El aislamiento, las cuarentenas, las restricciones de viajes… no han hecho posible asistir a clases presenciales ni viajar a destinos internacionales durante varios meses. Pese a ello el interés en seguir conociendo en el idioma y a su vez la cultura española permanece. Por tanto, también hemos tenido que trabajar estos aspectos a través de clases *online* o semipresenciales en muchos casos.

¿Y como es posible, en este contexto, motivar a los alumnos y plantear estrategias para la mejora de las competencias comunicativas?

2. UN VIAJE VIRTUAL POR ESPAÑA COMO PROPUESTA DIDÁCTICA

Presentar estrategias de aprendizaje para la mejora de competencias comunicativas que integren el aprendizaje intercultural en contextos reales y que motiven a los alumnos en una situación de pandemia se hace posible gracias a la propuesta de un «viaje virtual» por España, con contenidos atractivos y adaptados a la enseñanza del español en entornos cambiantes o poco predecibles (por ejemplo, clase en cuarentena o restricciones derivadas de nuevas variantes del virus). Así, surge esta propuesta didáctica basada en destinos turísticos españoles y a su vez adaptada tanto en clases presenciales como *online*.

Sus objetivos son, sobre todo, la integración de destrezas comunicativas y la interculturalidad, así como aumentar la motivación y fomentar la autonomía de los alumnos de español. Por ello, conocer las necesidades de los alumnos y plantear (o replantear) estrategias de manera acorde, es necesario. Así, a la hora de diseñar la propuesta, se realizó un cuestionario a 90 alumnos y profesores de ELE en el ámbito en el que inicialmente surgió la misma, es decir, alumnos de Singapur en el curso 2020-2021 afectados por la pandemia (Luengo, 2021).

Las respuestas arrojaron luz no solo del perfil de aprendientes y docentes sino de sus necesidades y sus intereses tanto por los contenidos en el aula como por el turismo idiomático para el aprendizaje de español, por ejemplo, definiendo los beneficios de realizar un viaje o físico o virtual a un país hispanohablante. Así, se plantearon estrategias y contenidos acordes a las necesidades e intereses de los

alumnos y se formalizó un curso de conversación que cuenta con el viaje como argumento. El viaje por España es el hilo conductor para enlazar las diferentes paradas-unidades en destinos turísticos españoles emblemáticos y con el fin de que los alumnos puedan desenvolverse en situaciones comunicativas reales.

2.1. Estrategias vinculadas a la motivación en las clases online

La encuesta realizada también arrojó luz sobre el tipo de estrategias de aprendizaje más aptas para los alumnos, sobre todo considerando la motivación, ya que gran parte de los alumnos, adultos y profesionales, solían empezar con gran motivación, pero esta iba decayendo y luego en el contexto de la pandemia era muy difícil retomarla.

Por tanto, se identificaron el aprendizaje significativo y el interactivo como los más idóneos para estos alumnos, proponiendo estrategias de aprendizaje relacionadas con ellos. Así, se abordó el aprendizaje significativo al proponerse un viaje virtual por España, considerando destinos turísticos populares y Ciudades Patrimonio UNESCO que los estudiantes desearían visitar, así como temáticas de interés que la encuesta había identificado que eran las más adecuadas para los alumnos de Singapur (gastronomía, compras, deporte, naturaleza, festivales…). En cuanto al aprendizaje interactivo, se incidió en el planteamiento de actividades interactivas y colaborativas y el uso de las TIC se demostró fundamental.

2.2. Contenido de la propuesta basada en destinos turísticos españoles

Considerando todo ello, se plantearon 10 unidades didácticas a modo de curso de conversación y que tienen una estructura que considera los inventarios del *Plan Curricular del Instituto Cervantes,* y especialmente los referentes culturales, saberes y comportamientos socioculturales y habilidades y actitudes interculturales. A su vez y para adecuarnos a ello, cada unidad se divide en varias fases, con la siguiente estructura:

Fase de la Unidad propuesta	**Inventario del *PCIC* correspondiente**
FASE 0. Bienvenida	Procedimientos de aprendizaje
FASE 1. De viaje	Referentes culturales
FASE 2. Contenido general	Saberes y comportamientos socioculturales/ Nociones generales
FASE 3. Contenido específico	Saberes y comportamientos socioculturales/ Nociones específicas
FASE 4. Repaso gramática	Gramática
FASE 5. Reto (gamificación)	Funciones
FASE 6. Microtest-Kahoot	Tácticas y estrategias pragmáticas

Fase de la Unidad propuesta	Inventario del *PCIC* correspondiente
FASE 7. Canción temática	Habilidades y actitudes interculturales
FASE 8. Despedida y cierre	Procedimientos de aprendizaje

Tabla 1. Fases de las Unidades de la Propuesta didáctica y su correspondencia *PCIC*

Para potenciar tanto el conocimiento de usos de la lengua como el vocabulario en situaciones reales, los estudiantes leen artículos y visualizan contenidos pertenecientes al tema de cada unidad. Se trata pues de un «enfoque orientado a la acción», al uso real de la lengua para interactuar en contextos comunicativos reales (Consejo de Europa, *MCERL*). A su vez, para fomentar la autonomía a la vez que la motivación, todas las unidades tienen un reto (fase 5) y también un interés, un micro-test de autoevaluación que los alumnos pueden realizar tanto en clases presenciales como *online*. La propuesta comprende materiales tanto reales como originales, que incluyen dinámicas creativas y gamificadas.



Figura 1. Resumen de la propuesta didáctica

Por ejemplo, la unidad DEMO (Unidad 6, tradiciones) es una unidad que tiene como protagonistas las tradiciones de Galicia. Enmarcada dentro de paradas del Camino de Santiago, integra cuestiones socio-culturales (las meigas) e históricas (emigración gallega), a la vez que presenta léxico y gramática que están relacionados con el objetivo didáctico de esta unidad: describir acciones en el futuro. Para ello, aprendemos sobre tradiciones y creencias populares de la mano de la Meiga Cartuxeira, que permite que los alumnos practiquen el futuro simple y las construcciones con *ir* + infinitivo, y que plantea el reto final de leer la buenaventura a otros compañeros utilizando las estructuras gramaticales introducidas. A su vez, se presenta el Camino de Santiago tanto con materiales reales (vídeos de promoción turística subtitulados) como propios y se introduce un juego de roles en el que los alumnos se han de poner en la piel de un peregrino y simular que realizan el

Camino de Santiago y, cuando lo terminan, decidir qué es lo primero que van a hacer (enviar una postal, compra regalos, comer…) para que aprendan el vocabulario de manera interactiva (opciones «elige tu propia aventura») y por otra parte de manera significativa (mapas mentales en función de los temas). También hay actividades de aprendizaje colaborativo, en las que los alumnos, en grupo, tienen que imaginar que visitan ciudades de Galicia, que previamente han descubierto a través de vídeos, y tienen que describir cómo están, dónde están y con quién están a sus compañeros, que les realizan una entrevista. Finalmente, los alumnos tienen una sección de «minutos musicales», es decir, una canción o extractos de canciones relacionadas por su temática y/o sus características con la unidad en cuestión (en el caso de la Unidad DEMO, se trata de *Miña Terra Galega*) y que permiten introducir elementos socioculturales (mitología) y aprender vocabulario específico (*morriña*).

3. CONCLUSIONES

Las 10 Unidades de conforman esta propuesta didáctica a modo de curso de conversación, y que se basan en destinos turísticos españoles, proponen estrategias de aprendizaje con el fin de la mejora de competencias comunicativas en español. Al estar ambientadas y guiadas por el proceso de un viaje y, a su vez, utilizar contenidos digitales, es posible utilizarlas tanto en clases presenciales como *online,* adaptándonos a las necesidades que tenemos o podemos presentar en el contexto de pandemia. A su vez, con la introducción de retos y gamificación a través de Kahoot, podemos motivar a los alumnos, que ya se prestan previamente predispuestos e interesados, al haber elegido temas en función de los intereses y necesidades manifestados a través de una encuesta realizada a 90 personas y que comprende tanto alumnos de español como docentes de ELE.

Y aunque la propuesta está ideada para alumnos de Nivel A2 inicialmente, es posible adaptar las unidades a niveles B1 y B2, tanto introduciendo niveles más complejos en las dinámicas como incluyendo 5 unidades intermedias planteadas para estudiantes más avanzados y que hacen que la propuesta para ellos se estructure en 15 Unidades en lugar de 10. En tal caso, las estrategias a utilizar tendrán igualmente como fin desarrollar las competencias comunicativas, pero, como punto inicial y, como hemos dicho, necesario antes de abarcar cualquier propuesta, han de considerar al tipo de alumno al que nos dirigimos y su contexto, ya que «la función del profesor es facilitar el aprendizaje, fomentando, a la vez, la cooperación entre los alumnos, quienes son los verdaderos protagonistas» (Instituto Cervantes, 2021). La adaptación a ello es, por tanto, la clave de esta propuesta.

Más información sobre la propuesta y sus materiales

VIDEO EPPELE 2021- https://www.youtube.com/watch?v=2B5PBa_DfKg&ab_channel=InstitutoCervantesNuevaDelhi

Sobre la autora

Gemma Luengo - Doctora en Comunicación, especializada en ELE y Turismo, con más de 10 años de experiencia profesional en Asia y Europa. Ha trabajado para la editorial Pearson y la Oficina de Turismo de España en Singapur, entre otros. Actualmente ejerce como lectora MAEC-AECID en la Universidad de Kelaniya (Sri Lanka) y elabora contenidos educativos relacionados con el turismo idiomático. Más: www.gluengo.com

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baralo, M. (2015). «El valor del idioma como recurso turístico, económico y cultural». *Signos Universitarios, 34* (51), p. 35-61. https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/view/3345

Consejo de Europa (2002). *Marco común europeo de referencia para las lenguas. Aprendizaje, enseñanza, evaluación (MCERL)*. Instituto Cervantes. https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf

Galindo, M. (2005). «La importancia de la competencia sociocultural en el aprendizaje de segundas lenguas». *Revista Interlingüística, 16* (1), 431-441. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2514240

Instituto Cervantes (2006). *Niveles de referencia para el español. Plan curricular del Instituto Cervantes*. https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/publicaciones_ espanol/espanol_lengua_extranjera/plan_curricular.htm

Luengo, G. (2021). *El turismo idiomático para la mejora de competencias comunicativas en español: Una propuesta didáctica basada en aspectos socioculturales de destinos turísticos españoles aplicada al contexto de Singapur.* Trabajo de fin de Máster. Universidad Internacional de Valencia (No publicado).

Miquel, L., Sans, N. (2004). «El componente cultural: un ingrediente más en las clases de lengua». *RedELE: Revista Electrónica de Didáctica de ELE*. https://www.educacionyfp.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/Revista/2004_00/2004_redELE_0_22Miquel.pdf?documentId=0901e72b80e0c8d9

Oliveras, A. (2000). *Hacia la competencia intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera*. Edinumen.