Las lenguas con fines específicos en la clase de E/LE: algunas actividades didácticas para el español del turismo

Giuseppe Trovato
Universidad de Catania (Profesor contratado de Lengua Española)

FICHA DE LA ACTIVIDAD

1. Objetivos:

- Familiarizarse con la noción de lenguas de especialidad/lenguas con fines específicos.
- Trabajar la terminología especializada (lectura, análisis terminológico, elaboración de diálogos, ejercicio de arrastre).
- Reflexión metalingüística.
- Creación de un itinerario turístico.
- Expresión e interacción orales.
- Incentivar el aprendizaje autónomo y en pareja.
- Impulsar la socialización entre estudiantes.

2. Nivel específico recomendado: B2 (MCER).

3. Tiempo: una sesión de 90 minutos y algunas más que los estudiantes pueden gestionar autónomamente en casa.

4. Materiales: fotocopias y fichas de las actividades entregadas por el profesor / diccionarios en línea / recursos en la red propuestos por el docente o utilizados de forma autónoma.

5. Dinámica: individual / parejas / grupos de dos o tres personas.

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo poner de manifiesto la rentabilidad de las lenguas de especialidad o con fines específicos en el aula de E/LE: en particular, se desarrollará un análisis relativo al español del turismo. Esta elección está motivada por la difusión de este campo específico en el ámbito de numerosas titulaciones académicas, no solo en facultades literarias sino también en facultades de Ciencias Políticas o de Económicas, entre otras.

Además, cabe subrayar que esta aportación es el fruto de una experiencia didáctica llevada a cabo con estudiantes italianos de un curso universitario que tiene como denominación *Formazione di operatori turistici* (Formación de profesionales del turismo). Dicho curso forma parte de la oferta formativa de la Facultad de Ciencias de la Formación de la Universidad de Catania. Dada la especificidad del mencionado recorrido de formación, hemos pensado planificar actividades didácticas variadas, que tuvieran como fin concienciar a los estudiantes acerca del campo de estudio concreto, sus aplicaciones en el mundo laboral y la tipología de lengua necesaria para desenvolverse con soltura en el marco del turismo.

Estos objetivos se han podido alcanzar mediante la adopción de estrategias *ad hoc* y la implicación directa de los estudiantes. Desde el punto de vista didáctico, hemos diseñado una breve unidad didáctica que se plantea abordar el tema de las agencias de viajes, basándose en situaciones comunicativas cotidianas e informales. Sin embargo, antes de presentar las actividades didácticas elaboradas, resulta imprescindible una somera fundamentación teórica que nos permita establecer en qué ámbito operamos y cómo podemos aprovecharlo de forma práctica y eficaz. De ahí que hayamos decidido dedicar un pequeño apartado al concepto de «lengua de especialidad» y otro a la descripción, a grandes rasgos, de las características diferenciadoras del español del turismo.

A la luz de las importantes aportaciones con las que contamos hoy en día, cabe precisar que no tenemos la ambición de ser exhaustivos o completos; solo nos proponemos ofrecer una panorámica general de la materia tratada, con miras a enmarcar el campo de estudio que nos ocupa y presentar un modelo de unidad didáctica del que todo docente podría valerse durante una clase de español del turismo.

2. LAS LENGUAS DE ESPECIALIDAD O CON FINES ESPECÍFICOS

Estudiosos y académicos llevan varias décadas investigando y debatiendo en torno a la expresión más idónea para hacer referencia a los lenguajes especializados. Es suficiente con pasar revista a los manuales y aportaciones que han aparecido hasta la fecha para hacerse una idea clara de las numerosas etiquetas terminológicas que se siguen usando: lenguas/lenguajes de especialidad, lenguas/

lenguajes con fines específicos o para fines específicos, lenguajes para propósitos específicos o lenguajes sectoriales, por señalar algunas locuciones.

En primer lugar, si nos centramos en la expresión «lenguas de especialidad», cabe destacar que el uso de *especial* marca la diferencia con respecto a *tradicional* o *general*: se hace, por tanto, hincapié en una parcela de la lengua con rasgos peculiares y diferenciadores, que incluye variedades lingüísticas que se pueden manifestar en el marco de una actividad profesional o de un ámbito del saber al que tienen acceso colectivos específicos.

Se han llevado a cabo numerosos estudios orientados a establecer un marco común en relación con la definición de lenguajes especializados: algunas de estas investigaciones los han descrito en contraposición con la lengua estándar, planteándose igualmente el objetivo de subrayar los rasgos compartidos. Otros, en cambio, han optado por una distinción según la cual los lenguajes especializados tienen características distintivas en lo que atañe a la sintaxis y la morfología (Spillner, 1981).

En términos generales, Gotti (2001) propone una síntesis esclarecedora de las características típicas de las lenguas de especialidad. Su elección terminológica pone el acento en una modalidad concreta de lengua, adoptada por especialistas pertenecientes a un ámbito profesional específico. He aquí cómo Gotti resume su postura (2001: 7-8):

> The specialised use of language in contexts which are typical of a specialised community stretching across the academic, the professional, the technical and the occupational areas of knowledge and practice. […] This perspective stresses both the type of user and the domain of use, as well as the special application of language in that setting.

Con el fin de definir las lenguas de especialidad, Cabré (1993) enumera algunos criterios significativos que merece la pena tener en cuenta a la hora de abordar el tema:

1. Las temáticas: prescinden del uso general que se hace de la lengua en contextos cotidianos e informales y son el fruto de un aprendizaje especializado.

2. Los usuarios: especialistas y receptores.

3. Las situaciones comunicativas: se trata de situaciones formales en las que se recurre a un subcódigo lingüístico que responde a parámetros profesionales y científicos.

4. Reglas y convenciones de naturaleza morfosintáctica y pragmática (de acuerdo con el tipo de evento para el que se use la lengua y los textos y documentos que se redacten para el caso específico).

5. Las variedades lingüísticas que las circunstancias comunicativas supongan y los objetivos comunicativos que se pretendan alcanzar.

6. Por último, pero no menos importante, los rasgos comunes entre lengua general y de especialidad.

En su texto *Lengua y comunicación en el español del Turismo* (2006), Maria Vittoria Calvi emplea la locución «lenguajes para fines específicos» y puntualiza que:

> […] por lo que se refiere a la relación con la lengua general, la noción de lengua especial remite a un subsistema autónomo, dotado de reglas y convenciones diferentes de las que posee la lengua común, en distintos aspectos léxicos, morfosintácticos, etc., tal como ocurre, por ejemplo, con algunas jergas. (Calvi, 2006: 10)

Por lo general, la autora concibe los lenguajes para fines específicos (LFE) en términos de comunicación entre expertos y usuarios y, dentro de su ámbito concreto, distingue una dimensión horizontal y otra vertical:

> La dimensión horizontal de los LFE se relaciona con el componente temático, es decir, con el saber compartido por los expertos del sector: un componente que las ciencias, debido a su condición de creadoras de saberes, poseen en grado máximo. [...] La dimensión vertical de los LFE atañe a su componente sociológico y pragmático, es decir, al uso de un determinado lenguaje como instrumento de comunicación entre los miembros de cierta comunidad profesional, o entre esta y el público. (Calvi, 2006: 12)

De lo anterior se desprende que las lenguas de especialidad engloban una diversidad de manifestaciones expresivas, comunicativas y sociolingüísticas que hacen de su análisis una tarea compleja, lo que puede dar pie a varias interpretaciones.

En resumidas cuentas, es posible afirmar que las lenguas de especialidad o con fines específicos representan un subconjunto de la lengua que cuenta con características diferenciadoras con respecto a la lengua general y, al mismo tiempo, comparte con esta algunos elementos. Sin detenernos en este último punto y a modo de recapitulación, proponemos los que consideramos como los aspectos más destacados de las lenguas de especialidad:

1) Aspectos léxicos.

2) Aspectos morfosintácticos.

3) Aspectos pragmáticos y comunicativos.

4) Tipologías discursivas (argumentación, descripción, divulgación, exposición, etc.).

5) Tipologías textuales (relacionadas con el mundo de las profesiones, las ciencias y la técnica).

3. EL ESPAÑOL DEL TURISMO Y SUS CARACTERÍSTICAS

Al hilo del apartado anterior, podemos afirmar, con razón, que el lenguaje del turismo se configura como un tipo de lengua de especialidad, ya que tiene rasgos definitorios y cuenta con modalidades expresivas y léxicas especializadas y específicas que lo diferencian de la lengua común. El diccionario Clave emplea las palabras siguientes para definir el concepto de turismo: «Viaje por placer. Conjunto de personas que hace este tipo de viajes». Esta definición muy lacónica da cuenta de la amplitud del ámbito de los viajes: agencias de viajes, eventos y conferencias, medios de transporte, instalaciones hoteleras, ocio y tiempo libre, vacaciones… Y la lista podría continuar.

El fenómeno del turismo siempre ha existido, aunque con formas y modalidades variadas y diferentes con respecto al significado que le atribuimos hoy en día. A modo de ejemplo, las peregrinaciones que amplios grupos de personas llevaban a cabo antiguamente para acudir a Santiago de Compostela y efectuar el llamado Camino de Santiago se pueden considerar, a todas luces, como una forma de turismo. A pesar de que este artículo no pretende realizar un recorrido cronológico en lo relativo al desarrollo de la actividad turística, nos parece oportuno centrarnos en su evolución más «reciente». A este respecto, Calvi aclara que:

> A partir del siglo XIX, nació la figura del turista como cliente de las estructuras comerciales especializadas en la organización de los viajes; al mismo tiempo, aparecieron en el mercado editorial unas publicaciones destinadas a acompañar al turista en sus movimientos, limitando los imprevistos del viaje: las guías turísticas [...] (Calvi, 2006: 14)

Lo anteriormente expuesto nos empuja a intuir que, con la aparición de textos que afrontaban el tema del turismo bajo distintos perfiles, también se desarrolló una terminología específica y una forma peculiar de expresar acontecimientos, describir lugares, hábitos, tradiciones y, en tiempos más recientes, llamar la atención del turista para que pasara sus vacaciones en un determinado lugar. De hecho, en las últimas décadas, gracias al desarrollo de las tecnologías informáticas y las técnicas de *marketing*, se han diseñado numerosas estrategias para «atrapar» a los potenciales turistas.

El lenguaje del turismo, por lo tanto, se ha constituido como un lenguaje especializado a la luz de las diferentes tipologías textuales a las que ha dado lugar, a veces a caballo con el lenguaje publicitario: cada una de estas tipologías está caracterizada por convenciones morfosintácticas y estilísticas peculiares. Sin pormenorizar sobre las cuestiones de tipo discursivo, cabe hacer un recorrido por las características generales del español del turismo. Sin embargo, antes de proceder,

conviene aclarar cómo el turismo se enmarca dentro del ámbito de los lenguajes especializados. En este sentido, Calvi (2001) nos proporciona una síntesis aclaratoria:

> Esiste, dunque, un linguaggio del turismo che si possa definire specialistico? La risposta è incerta se adottiamo un'accezione ristretta del termine: il turismo, infatti, non è una disciplina unitaria che possieda un oggetto di studio ben definito. Ma sul piano professionale, il turismo presenta una fisionomia riconoscibile, che si articola in diversi settori (agenzie di viaggi, alberghi e ristorazione, trasporti, musei e patrimonio culturale, editoria ecc.) e comprende numerose figure emergenti, legate all'attuale diversificazione del mercato turistico (guide naturalistiche, esperti in comunicazione e animazione, programmatori turistici ecc.). (Calvi, 2001: 43)

A raíz de estas reflexiones, la autora concluye que:

> Il linguaggio del turismo può essere quindi considerato come la lingua di specialità propria di un particolare ambito professionale, suddiviso in molteplici sottosettori, la cui componente tematica proviene dalla combinazione di diversi aspetti tecnici e disciplinari. (*Ibidem*)

A tenor de lo que acabamos de exponer, señalamos ahora los aspectos del español del turismo que nos parecen más emblemáticos, aun a sabiendas de que el tema no se agota con estas breves consideraciones:

I. **Variedad temática**: al igual que la mayoría de las lenguas de especialidad, el español del turismo se caracteriza por aglutinar ítems léxicos y terminológicos procedentes de varios campos del saber (historia, historia del arte, geografía, gastronomía, tradiciones locales, economía y política, por mencionar algunos). Además, aborda temas y ámbitos de distinta índole, como hemos adelantado con anterioridad: viajes y vacaciones, estancias en el extranjero por motivos diferentes, organización de eventos y conferencias, medios de transporte, reserva y compra de billetes, restauración, rutas e itinerarios culturales, negocios, certámenes feriales, alojamientos turísticos, contratos y legislación, patrimonio histórico y artístico, descripción de paisajes, etc. Esta interesante variedad temática conlleva, por supuesto, una notable densidad terminológica, a menudo a caballo con otros lenguajes sectoriales (lenguaje publicitario, por ejemplo, a la hora de llamar la atención de los turistas, convencerles de que pasen sus vacaciones en un lugar determinado o sorprenderles con efectos especiales).

II. **Tendencia hacia la formación de palabras y neologismos:** dada la constante evolución de este campo de estudio, el español del turismo tiende a incorporar un elevado número de vocablos y locuciones procedentes de otros ámbitos del saber, como hemos visto antes. Asimismo, en razón de la variedad temática a la que hemos hecho mención en el apartado anterior, este lenguaje especializado se presta a la formación de palabras y expre-

siones nuevas y originales que tienden a implantarse dentro del marco comunicativo del turismo (basta con pensar en palabras como *turismología* para referirse al turismo como fenómeno social). Además, como argumenta Calvi (2006: 60-63), las lenguas de especialidad adoptan procedimientos tanto formales como semánticos a la hora de formar palabras nuevas. De entre estos procedimientos, cabe incidir en la derivación y los compuestos y formaciones sintagmáticas.

III. **Frecuente recurso a anglicismos:** Calvi (2001 y 2006) hace especial hincapié en este rasgo peculiar de la lengua del turismo. En efecto, el uso de extranjerismos, sobre todo de origen anglosajón, pone de relieve la influencia que la lengua inglesa sigue ejerciendo en este sector (*duty-free*, *overbooking*, *time sharing*, *check-in*, *low-cost*, por citar unos ejemplos). Al considerar que se trata de una cuestión de gran interés, hemos optado por incluir, en el desarrollo de la unidad didáctica propuesta, un apartado dedicado a la reflexión metalingüística con el fin de ver cómo reacciona la lengua española ante este fenómeno (véase el punto D de la unidad didáctica).

IV. **Siglas y acrónimos** (Calvi, 2006: 65): la gestión y organización turísticas hacen un uso abundante de estas combinaciones y composiciones de iniciales de palabras, especialmente en el ámbito de las agencias de viajes, hoteles y aeropuertos (HS = hostal; TM = temporada media; TB = temporada baja; DEAT = Diplomaturas en Empresas y Actividades Turísticas).

V. **Tendencia a la adjetivación y su matización:** se trata, a nuestro juicio, de una característica sobresaliente del lenguaje del turismo que se manifiesta especialmente a la hora de describir lugares, rutas e itinerarios con todo lujo de detalles. El hecho de emplear muchos adjetivos tiene como objetivo generar expectativas en el potencial viajero, despertar su curiosidad y brindarle una imagen sugerente del posible destino turístico.

VI. **Creación de distintas tipologías textuales:** pueden ser numerosas las realizaciones discursivas y textuales que se pueden producir en el ámbito turístico: guías y folletos turísticos, anuncios publicitarios, catálogos y programas de viaje, artículos y reportajes en revistas especializadas, páginas web y otros géneros profesionales (Calvi, 2006: capítulo II).

4. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

A raíz de estas breves reflexiones encaminadas a ofrecer una aproximación teórica y metodológica relativa al campo analizado, ha llegado el momento de pasar a la práctica y presentar algunas actividades didácticas que nos han parecido adecuadas y pertinentes en el análisis del español del turismo. En concreto, hemos focalizado nuestra atención en una parcela del español del turismo, a saber,

las agencias de viajes. A continuación, proponemos la organización de nuestra unidad.

4.1. ¿Qué son las lenguas de especialidad o lenguas con fines específicos?

A. La actividad comienza con una breve introducción a la noción de lenguas de especialidad para que los estudiantes se familiaricen con la existencia de códigos lingüísticos heterogéneos y que se caracterizan por el uso que de ellos se hace dentro de un ámbito específico.

Al principio, el profesor pide a los estudiantes que reflexionen sobre el concepto de lengua de especialidad a través de la técnica de la lluvia de ideas, sin detenerse demasiado en encontrar una definición acertada (5 minutos):

- Si os digo «lengua de especialidad», ¿qué es lo primero que se os ocurre?
- ¿Creéis que existen otras expresiones que ejemplifiquen este concepto?
- Reflexionad individualmente o en parejas y apuntad vuestras ideas.

B. El profesor entrega una ficha y los estudiantes tienen que (8 minutos):

1. Averiguar si las ideas surgidas a raíz de sus reflexiones son acertadas.
2. Subrayar las palabras clave o las que consideren significativas.
3. Escoger la definición de «lengua/lenguaje de especialidad» que estimen más apropiada.
4. Escribir sus dudas.

1. Se llama lengua/lenguaje de especialidad a un tipo de lengua particular que no comparte ningún rasgo con la lengua estándar/común.
2. La lengua/lenguaje de especialidad es un tipo de registro lingüístico o variedad funcional; esto es, una variedad de lengua que se adapta a unos usos y ámbitos determinados.
3. La lengua/lenguaje de especialidad es un género literario que afronta un campo de estudio determinado.

Tras escoger la definición más apropiada, se pide a los aprendientes que ofrezcan una definición breve y sencilla de «registro lingüístico/variedad funcional» y enumeren algunos tipos de lengua/lenguaje de especialidad que se les ocurran:

Ejemplo:

– Registro lingüístico: «conjunto de variables contextuales, sociolingüísticas y pragmáticas que condicionan el modo en el que se usa una lengua dentro de un contexto concreto».
– Tipologías de lenguajes de especialidad: lenguaje periodístico, publicitario, técnico-científico, turístico, económico, etc.

4.2. Aproximación al español del turismo: las agencias de viajes

C. Leed los siguientes diálogos y completadlos con los términos propuestos a continuación, específicos del ámbito turístico y de las actividades que se llevan a cabo en el marco de una agencia de viajes (10 minutos):

Bono – Plazas – Localizador – Reserva – Billetes – Folleto – Vuelo – En oferta – Anulación – Reservar – Turista – Programa de viajes

—Hola, buenas tardes. —Hola. Queremos un apartamento para la primera quincena de agosto. —¿Han visto ya algún _____? —No. Pero, este año, hemos decidido ir a Marbella. —Tenemos _____ los apartamentos Estrella, a cien metros de la playa. —¿Qué precio tienen los de cuatro plazas? —Un momento. Voy a enseñarles el folleto.
—Hola, soy Teresa, de Viajes Europa. Quería _____ tres _____ en el _____ 6843 de Iberia, clase _____, Madrid-Moscú, el 15 de julio. Regreso en IB 1023. Moscú-Barcelona, el 20 de julio. —¿Nombres? —Señores González y Miralles. —Confirmado. Apunta el _____.
—Buenos días, Jorge. Soy Marta. Oye... que no he recibido todavía los _____ y el _____ del hotel de mi jefe. —Ahora mismo te los lleva un mensajero. No te preocupes. —Mándame también el _____ a Estados Unidos. —De acuerdo.
—¿Jorge? Soy Marta otra vez. Mira, está aquí tu mensajero con los billetes pero mi jefe acaba de pedirme que le anule la _____. ¿Qué hago? —Dale la documentación al mensajero y te anulo todo. —¿Hay gastos de _____? —No creo. Tranquila. —Gracias.

(Adaptado de Aguirre Beltrán, Blanca (1994). *El español por profesiones*. *Servicios turísticos.* Madrid: SGEL).

Interacción oral: tenéis ahora algunos minutos más para trabajar en pareja y realizar las conversaciones siguientes, intercambiando los roles (10 minutos):

a) Habéis reservado un viaje a Irlanda pero la agencia todavía no os ha enviado los bonos. Contactáis con el agente de viajes para solucionar el asunto.

b) Habéis reservado un billete de ida y vuelta a Berlín pero ahora queréis cambiar las fechas, porque han surgido algunos inconvenientes.

Para la creación de los diálogos, podéis seguir la estructura de los ejemplos de arriba. Además, podéis utilizar toda la terminología especializada y las expresiones/locuciones que conozcáis.

Para practicar: relacionad las recomendaciones de vuestra agencia de viajes con cada uno de los casos siguientes (2 minutos):

1. Si sales al extranjero,	a. Verifica la dirección.
2. Si no estás asegurado,	b. Comprueba estación, fecha, hora y clase.
3. Si viajas en tren,	c. Comprueba tus documentos: pasaporte, visado, etc.
4. Si viajas en avión,	d. Nuestra agencia ofrece una póliza de accidentes y seguro de equipaje.
5. Si alquilas un coche,	e. Comprueba el aeropuerto de salida y preséntate en él antes de la hora límite de facturación.
6. Si reservas una habitación de hotel,	f. Verifica el kilometraje antes de devolverlo.

(Extraído de Aguirre Beltrán, Blanca (1994). *El español por profesiones. Servicios turísticos.* Madrid: SGEL).

D. Reflexión metalingüística. En el lenguaje turístico se utilizan muchos anglicismos de difusión internacional (*car*, *ferry*, *charter*, *camping*, *caravaning*, *catering*, *drop off*, *jet lag*, *stand by*). Muchos de ellos tienen también un equivalente en castellano, por lo que os aliento a que os familiaricéis con ellos y optéis por la fórmula española a la hora de elaborar un mensaje o una comunicación escrita u oral.

A continuación os propongo algunos de los términos más comunes y os pido que encontréis el equivalente español. Para la realización de esta actividad podéis contar con vuestra intuición o bien utilizar las páginas web que consideréis pertinentes y trabajar en pareja o individualmente (15 minutos):

Tour operador, operador turístico / Prepagado, prepago, pago por adelantado / Bono de viaje, bono de hotel / Facturación de equipaje, mostrador de facturación / Folleto / Tienda libre de impuestos / Billete abierto / Sobrerreserva (de plazas) / Traslado / Tiempo compartido, multipropiedad / Pasarela telescópica / Cheque de viajero

INGLÉS	ESPAÑOL
Brochure	
Check-in	
Duty free shop	
Finger	
Open	
Overbooking	
Pre-paid	
Time-sharing	
Tour operator	
Transfer	
Travellers' check	
Voucher	

(Extraído y adaptado de Calvi, Maria Vittoria y Provoste, Nicelda (2002). *Amigo Viajero*. Bologna: Zanichelli).

E. Programación de un itinerario turístico y expresión oral. Después de habernos adentrado en el ámbito de las agencias de viajes, ha llegado el momento de que os pongáis manos a la obra y trabajéis en grupos de dos o tres personas, con el fin de planificar un itinerario de viaje sencillo que expondréis al final de la clase.

Con la ayuda de mapas, guías y recursos en línea, preparad un itinerario, nacional o internacional. Vuestra exposición deberá desarrollar los puntos siguientes (40 minutos):

Información general	Recorrido y medios de transporte	Visitas incluidas	Datos específicos	Consejos y sugerencias
Divisa	Etapas	Horario	Historia y Arte	
Horarios de monumentos y museos	Paradas	Contenido	Geografía	
Clima	Elección de restaurantes		Gastronomía	
Características geográficas, sociales, culturales	Ubicación de los hoteles y categoría		Costumbres y folklore	

(Extraído y adaptado de Aguirre Beltrán, Blanca (1994). *El español por profesiones. Servicios turísticos*. Madrid: SGEL).

Cada grupo tendrá cinco minutos para exponer su presentación. Para facilitar vuestra tarea de búsqueda de información y haceros ahorrar tiempo, os proporciono algunos enlaces de interés, donde podréis encontrar datos útiles y actualizados:

http://www.red2000.com

http://www.tourspain.es

http://www.turismoporespana.com.ar

http://www.spaintube.es

F. Etapa final. Las exposiciones que acabáis de presentar se pueden ampliar y trabajar más cómodamente en casa. A partir de hoy tenéis dos semanas para redactar un auténtico itinerario de viaje y realizar un folleto a modo de publicidad. Podéis incluir imágenes, elegir el formato y utilizar todos los medios audiovisuales y multimedia que estiméis adecuados. Os animo a cuidar la lengua y los recursos estilísticos que decidáis adoptar. Al cabo de dos semanas, cada grupo tendrá diez minutos para exponer su itinerario de viaje y enseñar el folleto realizado. A partir de la próxima semana, analizaremos la organización de eventos y conferencias internacionales y trabajaremos la terminología relacionada.

5. CONCLUSIÓN

Con el presente artículo nos hemos propuesto aglutinar la teoría con la práctica, ofreciendo algunas reflexiones acerca del español del turismo. En concreto, nos hemos planteado demostrar cómo se puede explotar el español del turismo en el seno de una clase de E/LE.

Para ello, ha resultado de gran utilidad enmarcar el lenguaje del turismo dentro del ámbito de las lenguas de especialidad o con fines específicos. También hemos ilustrado, a grandes rasgos, algunas de las características diferenciadoras de esta parcela especializada de la lengua. Dichas consideraciones introductorias nos han servido para cumplir con el objetivo de este trabajo: llevar a cabo algunas actividades didácticas para aprovechar en el aula.

En consideración del tema central del IX Encuentro EPELE celebrado en el Instituto Cervantes de Nápoles el 22 de junio («Expresión, interacción y mediación orales en el aula de ELE»), hemos creído conveniente proponer actividades de tipo práctico e interactivo que permitan a los estudiantes poner en práctica todos los recursos lingüísticos y pragmáticos de los que disponen para desenvolverse con agilidad a lo largo de intercambios dialógicos y situaciones comunicativas de distinta índole.

A este respecto, cabe recordar que las actividades didácticas elaboradas han sido diseñadas específicamente para un colectivo de estudiantes de nivel B2 del

MCER, lo que nos ha permitido adoptar criterios metodológicos bien definidos. Las tareas propuestas han abarcado varios ámbitos de la materia tratada:

a) Introducción al tema de las lenguas de especialidad o con fines específicos.

b) Aproximación al español del turismo y de las agencias de viajes a través de ejercicios estructurados y orientados a la consolidación terminológica.

c) Interacción oral: creación de diálogos auténticos a partir de situaciones comunicativas concretas.

d) Una sección de ejercicios con el título «Para Practicar».

e) Reflexión metalingüística dirigida a concienciar a los estudiantes acerca de algunos elementos de interés.

f) Expresión oral: se trata de la etapa de culminación de nuestra propuesta didáctica. Después del recorrido inicial por el español del turismo, los estudiantes tienen que estar en condiciones de realizar una presentación oral en la que expongan un itinerario turístico de interés histórico y cultural.

En resumidas cuentas, confiamos en que los contenidos abordados a lo largo de este breve trabajo puedan ofrecer algunas pautas interesantes a los docentes de E/LE a la hora de tener que afrontar el español del turismo con sus estudiantes. La verdad es que el campo analizado es muy vasto y somos conscientes de que hubiera sido imposible proporcionar una panorámica completa de todos los temas involucrados. Nuestra elección, sin embargo, ha venido motivada por nuestra experiencia didáctica y docente en el ámbito de un curso universitario que se propone formar profesionales del turismo, dotados de las competencias, herramientas y habilidades necesarias para operar con éxito en distintos contextos laborales.

6. BIBLIOGRAFÍA

Álvarez López, F. (2005). «El español del turismo: propuesta de una tarea». *REDELE* 5.

Aguirre Beltrán, B. (1994). *El Español por Profesiones. Servicios turísticos*. Madrid: SGEL.

Cabré, M. T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida / Empúries.

Calvi, M. V. (2001). *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Viareggio: Baroni.

— (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco/ Libros.

Calvi, M. V. y Provoste, N. (2002). *Amigo Viajero. Cuaderno de español para el turismo*. Bolonia: Zanichelli.

Calvi, M. V. y Chierichetti, L. (2006). *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad*. Bern: Peter Lang.
Calvi, M. V., Bordonaba Zabalza, C., Mapelli, G. y Santos López, J. (2009). *Las lenguas de especialidad en español*. Roma: Carocci Editore.
Calvi, M. V. y Mapelli, G. (eds.) (2011). *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang.
Calvi, M. V., Bordonaba Zabalza, M. C. y Santos López, J. (2012). «Confini mobili: lingua e cultura nel discorso del turismo». N.º monográfico de la revista *Altre modernità / Otras modernidades / Autres modernités / Other Modernities*. Documento de Internet disponible en: http://riviste.unimi.it/index.php/AMonline
Cassany, D. (2002). «El portafolio europeo de lenguas». *Aula de Innovación educativa* 117: 13-17. Barcelona y Buenos Aires.
Consejo Europeo, Departamento de política lingüística. (2001). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Aprendizaje, enseñanza y evaluación*. Para la versión española, véase la web del Instituto Cervantes (www.cervantes.es).
Gotti, M. (1991). *I linguaggi specialistici: caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*. Scandicci: La Nuova Italia.
Gotti, M. y Dossena, W. (coords.) (2001). *Modality in Specialized Texts*. Bern: Peter Lang.
Liverani, E. y Canals, J. (coords.) (2011). *El discurso del turismo. Aspectos lingüísticos y variedades textuales*. Trento: Tangram Edizioni Scientifiche.
Pierozzi, L. (2007). *¡Buen viaje! Curso de Español para el turismo*. Bolonia: Zanichelli.
Robles Ávila, S. (2009). «El lenguaje publicitario en el español del turismo». En *Actas del I Encuentro sobre didáctica del español como L2: enseñanza, contrastividad y registros lingüísticos*. M.ª Cándida Muñoz Medrano (coord.). Pompei: Flavius Edizioni.
Spillner, B. (1981). «Aspects phraséologiques et syntaxiques des langues de spécialité et leur enseignement». En *Triangle* 1 : 99-112.

Webs

https://www.coe.int/en/web/portfolio
European Language Portfolio, Modern Languages Division, Council of Europe (set. 2002): la web más básica del Consejo de Europa donde están todos los documentos básicos.

http://cvc.cervantes.es/obref/marco/
Instituto Cervantes. MCER en español. Versión en línea del MCER en español.

http://www.red2000.com/

http://www.tourspain.es/es/Home/ListadoMenu

http://www.turismoporespana.com.ar/

http://www.spaintube.es/

Diccionarios en línea

http://clave.librosvivos.net/
Diccionario *Clave*.

http://it.dicios.com/esit/
Dicios.

http://www.wordreference.com/
Diccionario de la lengua española.

http://buscon.rae.es/dpdI/
Diccionario panhispánico de dudas.