DIE WEBSITE DES GESUNDHEITSTOURISTISCHEN BETRIEBES: ALGUNAS CONSIDERACIONES PRÁCTICAS SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TEORÍA DEL REGISTRO EN LA PREPARACIÓN DIDÁCTICA DE SU NIVEL LINGÜÍSTICO BÁSICO PARA LAS CLASES DE ALEMÁN PARA FINES TURÍSTICOS

JUAN JOSÉ HERNÁNDEZ MEDINA
Universidad de Almería

RESUMEN

La presente contribución pretende demostrar la aplicación de la Teoría del Registro en la didáctica de las características lexicológico-semánticas, lexicológico-morfológicas y sintácticas más frecuentes en "Die Website des gesundheitstouristischen Betriebes" ("La página web *de las empresas del turismo sanitario") en las clases de alemán para fines turísticos.*

La enseñanza de tales características lingüísticas responde a las necesidades lingüísticas fundamentales de los alumnos de los estudios de Turismo, Enfermería y Fisioterapia que, entre sus posibles labores ocupacionales, contemplan la posibilidad de trabajar en el sector del turismo de salud de Alemania o en complejos hoteleros dedicados a este sector con una gran clientela de lengua alemana. Éstas son sumamente útiles para la exitosa superación de situaciones comunicativas claves en el referido sector turístico como, entre otras, la realización de servicios sanitarios o las tareas de comercialización de éstos.

Palabras clave: lenguas fines específicos, registro, semántica, morfología

ABSTRACT

The present paper aims to show how the Theory of Register can be applied to teaching the most common lexical-semantic, lexical-morphological and syntactic characteristics of "Die Website des gesundheitstouristischen Betriebes" ("The web page of the health tourism company") in German classes for the purposes of tourism.

The teaching of those characteristics responds to the linguistic needs of students of Tourism, Nursing and Physiotherapy who, among their eventual occupations, consider working in the field of Health Tourism in Germany or in health resorts with a high number of German-speaking customers. Such characteristics are, indeed, very

useful for managing in key communicative situations in this field like providing health services or promoting them.

Keywords: languages for specific purposes, register, semantics, morphology

1. INTRODUCCIÓN

La presente contribución pretende demostrar la aplicación de la Teoría del Registro en la didáctica de las características lexicológico-semánticas, lexicológico-morfológicas y sintácticas más frecuentes en *Die Website des gesundheitstouristischen Betriebes* ("La página web de las empresas del turismo sanitario") en las clases de un lenguaje de especialidad: El Alemán para Fines Turísticos. La enseñanza de tales características lingüísticas responde a las necesidades lingüísticas fundamentales de los alumnos de los estudios de Turismo, Enfermería y Fisioterapia que, entre sus posibles labores ocupacionales, contemplan la posibilidad de trabajar en el sector del turismo de salud de los países germanoparlantes o en complejos hoteleros dedicados a este sector con una considerable clientela de habla alemana. El referido registro es, por cierto, sumamente útil para la exitosa superación de situaciones comunicativas claves en el referido sector turístico como, entre otras, las tareas de comercialización y la creación de páginas web turístico-sanitarias propias.

La Teoría del Registro consiste en una metodología de corte estructuralista que desde sus orígenes ha estado estrechamente relacionada con la didáctica de un idioma para fines específicos: el *English for Specific Purposes*. Como se infiere de la lectura de algunos manuales académicos sobre este ámbito, la primera fase de desarrollo del Inglés para Fines Específicos es conocida por la referida denominación (García Mayo 2000: 29). Este hecho se debía a su importancia como enfoque didáctico en el mencionado ámbito.

Dicha teoría concede un papel relevante a las competencias lingüística y comunicativa en la programación de las clases de idiomas para fines específicos y se ocupa de las variedades la lengua que se basan en el uso en un determinado contexto situacional. El registro que emplea un hablante determinado depende de la situación en la que se encuentre (esto es, tiempo, circunstancias, lugar, etc.). Registros

típicos son, por ejemplo, el lenguaje para fines turísticos, el lenguaje de la economía, el lenguaje de la medicina, etc.

En el marco del presente trabajo la Teoría del Registro es implementada desde una perspectiva lingüística. Esta perspectiva de estudio tiene como fin la identificación de las características léxicas y sintácticas más frecuentes en un lenguaje específico determinado. Los planteamientos de Alcaraz Varó (2000) conforman los parámetros de análisis de los rasgos léxicos: lexicología semántica (vocabulario especializado o semiespecializado y vocabulario general) y lexicología morfológica (composición, derivación, abreviaturas, conversión, préstamos, etc.).

Las propuestas de los investigadores Fluck (1984), Dudley-Evans y St John (1998) y Alcaraz Varó (2000) constituyen la base para el estudio de los rasgos sintácticos: el tiempo, las formas personales, la voz (activa/ pasiva), el modo (Indicativo/subjuntivo/ imperativo), el tipo de las construcciones oracionales y los sintagmas oracionales.

Asimismo, dicha teoría sirve de fuente de inspiración para los ejercicios presentados en esta contribución. Éstos tienen como fin la enseñanza y asimilación de los referidos mecanismos lingüísticos y, por consiguiente, el desarrollo de la competencia lingüística.

2. FASE DE ANÁLISIS

El análisis del registro aquí presentado ha sido aplicado sobre un corpus de doce páginas web pertenecientes a empresas del turismo de salud-*wellness*[1]. Estos textos son tratados en la asignatura de Ampliación de Alemán en el sector turístico, ofertada en el tercer curso del grado de turismo de la Universidad de Almería. Los alumnos de esta asignatura poseen conocimientos de alemán suficientes (correspondientes al nivel A2 del Marco de Referencia Europeo de las Lenguas) para abordar su lectura.

A continuación son presentados los resultados del análisis del registro sobre las páginas web escogidas.

2.1 Análisis léxico-semántico

En el corpus analizado se aprecia una gran presencia del vocabulario general (*Landschaft, Preis, Woche,* etc.) y del vocabulario especializado o semiespecializado. Dentro de esta última categoría predomina el léxico relativo al lenguaje turístico (*Erlebnispool, Lounge-Ecke, Teebar,* etc.) y al lenguaje sanitario-*wellness* (*Ganzkörpermassage, Gesichtsbehandlung, Faltentherapie,* etc.).

2.2. Análisis léxico-morfológico

Los recursos de formación léxicos más frecuentes en el conjunto de los textos son la composición nominal (*Behandlungsschwerpunkt, Regendusche, Hotelaufenthalt,* etc.), composición de sustantivo y adjetivo o participio (*Aktivmassage, Spezialmaske, sonnenverwöhnt,* etc.), composición con guión (*Kräuter-Cremepackung, Bio-Solarium, Wellness-Zirkel,* etc.), composición de vocablo alemán y extranjerismo (*Wellness-Oase, Gesundheitsprophylaxe, Vitalquelle,* etc.), sufijación (*Reservierung, großzügig, unterschiedlich,* etc.), prefijación (*angehen, abkühlen, herstellen,* etc.) y préstamos (*Dinner, Beautycenter, facial* etc.).

2.3. Análisis sintáctico[2]

El tiempo dominante en el texto es el presente de indicativo (*…bauen wir auf, Hier verwöhnen wir Sie..., Ein besonderes Highlight ist…*, etc.).

Las formas en tercera persona de singular (*Sie wohnen…*, *Bei uns finden Sie…, Genießen Sie*…, etc.) y en segunda de cortesía de singular dominan en los textos (*Unser Wellness-Hotel ist…*, *Hier trifft die…*, *Wer nach Wellness sucht*…, etc.). Tampoco pasa desapercibida la primera persona de plural. Esta forma se encuentra presente en todas las paginas web analizadas (*…bauen wir auf, Hier verwöhnen wir Sie...*, *Ein besonderes Highlight ist…*, etc.).

El modo dominante en el corpus es el indicativo (véase ejemplos en formas personales) y llama la atención el modo imperativo. Éste

está presente en un tercio de los textos analizados (*Genießen Sie...*, *Wählen Sie…, Fühlen Sie sich…*, etc.).

La gran mayoría de las oraciones del corpus se encuentra en la voz activa: *Ein gesunder Schlaf ist…*, *Kokosnuss-Öl pflegt…*, *Menschen mit regelmäßigem Qi Gong Training entwickeln…*, etc. Asimismo, se pueden identificar construcciones pasivas en casi todos los textos: *Alle Anwendungen werden von* […] *durchgeführt, Eine „Offene Badekur" wird von* […] *unterstützt, Reservierungen werden unter* […] *entgegengenommen*, etc.

Por tratarse de textos publicitarios, el número de construcciones sencillas es superior al de las complejas. Sin embargo, algunas páginas web contienen una apreciable cantidad de éstas últimas. Oraciones sencillas: *Direkt aus dem Meer wird frisches Meerwasser in unser Medical Spa gepumpt*; *Ein Traum wird wahr!*; *Lernen Sie die grünen Seiten Münchens aus einem neuen Blickwinkel kennen*; etc.

Las estructuras oracionales complejas suelen contener oraciones de relativo: *…alles, was Sie zum erfolgreichen Training brauchen*; *…in entspannter Atmosphäre, welcher dieser Wege besonders geeignet ist*; *...die Annehmlichkeiten, die Ihnen nur ein 4 Sterne Wellnesshotel bieten kann*; etc.

Del mismo modo, aunque en menor medida, la mayoría de los textos del corpus contienen al menos una o dos construcciones complejas con oraciones de infinitivo: *...während aller Feiertage eine Mindestbelegdauer festzulegen*; *...eine Behandlung in der Private Wellness zu erhalten*; *...alle 627* Zimmer und Suiten *empfangen Sie im Westin Stil und laden sofort dazu ein den Alltag zu vergessen*; etc.

El corpus objeto de estudio consta de sintagmas oracionales de todo tipo. Éstos oscilan desde aquellos conformados por un único vocablo hasta aquellos compuestos por más de tres. Éstos últimos son los predominantes. Sintagmas monoléxicos: *Ihnen, Sie, einfach*. Sintagmas biléxicos: *der Stoffwechsel, kulinarische Höhenflüge, im Pool*, etc. Sintagmas oracionales triléxicos: *Panoramaschwimmbecken mit Gegenstromanlage, Wellness im Sauerland, ein wahrer Fund*, etc. Sintagmas oracionales con más de tres unidades léxicas: *über drei Geschosse reichenden Vestibül mit offenen Galerien*; *unmittelbar am weiten Strand der Ostsee, unter den Wellnesshotels in Hessen*, etc.

3. FASE DE PRÁCTICA

En esta fase son presentadas una serie de actividades comunicativas destinadas a la enseñanza de las características lexicológico-semánticas, lexicológico-morfológicas y sintácticas fundamentales de la *Website des gesundheitstouristischen Betriebes*. Estas actividades han sido elaboradas a partir de las variables de la Teoría del registro y de los resultados de su aplicación presentados en los apartados anteriores.

3.1 Ejercicios para el aprendizaje de las características lexicológico-semánticas

1. Formar sustantivos a partir de los siguientes verbos: *informieren, leiden, einnehmen, begleiten, entwickeln, verletzen, absagen, stornieren, berechnen, einfallen, schöpfen, inspirieren, genießen, arbeiten, beraten*.
2. Formar verbos a partir de los siguientes sustantivos: *die Entspannung, die Ausgeglichenheit, die Gestaltung, die Behandlung, die Anwendung, das Angebot, die Beschwerde, die Behinderung, die Erholung, das Schwimmbad, die Vergabe, die Bekleidung, die Haftung, die Reservierung, die Anwendung, die Rasur*.
3. Formar palabras compuestas:

Gesundheit, Konzept:	*Freizeit, Möglichkeit:*
Meer, Rauschen:	*Behandlung, Ziel:*
Fischer, Dorf:	*Behandlung, Programm:*
Küste, Formen:	*Genuss, Faktor:*

4. Buscar en los textos seleccionados 10 palabras formadas mediante prefijación, sufijación y composición.
5. Identificar los mecanismos de creación léxicos en los siguientes vocablos: *befeuchten, enthalten, geräumig, unvergleichlich, kostenlos, abwechslungsreich, Erwartung, entspannend, ehrlich*.
6. Identificar los extranjerismos en los textos analizados.

7. Segmentar los siguientes vocablos compuestos: *lichtdurchflutet, Ernährungsgewohnheit, Frühdiagnostik, Erlebnisduschen, Körperbehandlung, Milchölbad, Kräutersauna, Krankengymnastik*.
8. Identificar los posibles mecanismos de creación léxicos en las siguientes palabras: *hausgemacht, Ernährungsberatung, Meditations-Therapie, Verdauungsapparat, Wundheilungsfördernd, Mineralsalzbehandlung*.

3.2 Ejercicios para el aprendizaje de las características lexicológico-semánticas

1. Subrayar las palabras pertenecientes al lenguaje *wellness* en la siguiente página web: www.zentral.it
2. Subrayar las palabras pertenecientes al lenguaje turístico en la siguiente página web: www.zugbruecke.de.
3. Copiar 10 palabras pertenecientes al lenguaje sanitario de cada una de las siguientes páginas web: www.watherhof.de; www.georgshoehe.de.
4. Copiar 10 palabras pertenecientes al lenguaje turístico de cada una de las siguientes páginas web: www.zentral.it, www.wartherhof.at.
5. Determinar las palabras pertenecientes al lenguaje turístico:

Behandlungssuite	*Kissenbar*	*Stromkreis*
Doppelzimmer	*Übernachtung*	*Einzelzimmer-*
Programmzeit	*Doppelzimmer*	*Zuschlag*
Junge	*Kulinarisch*	*Doppelzimmer-*
Speisekarte	*Dessert-Klassikern*	*Belegung*
Computer	*Vorspeise*	*Wagen*
Service	*Schule*	*Ausflugs-Tipp*
Straßenbahn	*Feiertag*	*Forellenkaviar*
Lebensmittel	*Spargelsalat*	*Dessertbüffet*
Halbpension	*Apfel*	*Tür*

6. ¿Cuáles de las siguientes palabras pertenecen al lenguaje *wellness*?:

Gesundheitserlebnis	*Ruhe*	*Obst*
Wellness-Oase	*Dampfnebelgrotte*	*Elektro-Lypolyse*
Bademantel	*verwöhnen*	*Stromkreis*

Badebistro	*Aroma-Massage*	*Balneologie*
Wellness	*Familie*	*Schlaf*
Entspannungstag	*Body-Scan*	*Caldarium*
Spielzeug	*Aufenthalt*	*Freude*
Wasserbettmassage	*Day Spa*	*Dermabrasion*
Solarium	*Entschlackungskur*	*Uhrzeit*
Cleopatrabad	*Detail*	*Leidenschaft*

3.3 Ejercicios para el aprendizaje de las características sintácticas

1. Copiar cinco oraciones de infinitivo de la siguiente página web: georgshoehe.de.
2. Copiar cuatro oraciones de relativo, cuatro oraciones de imperativo y cuatro oraciones pasivas de las siguientes páginas web: www.schoen-ruh-seefeld.com, http://www.hotelfreund.de.
3. Identificar los extranjerismos en los textos seleccionados.
4. Copiar cinco sintagmas oracionales con más de tres palabras en los textos analizados.
5. ¿En qué persona y número se encuentra la mayoría de los verbos en los textos analizados?
6. ¿Cuál es el tiempo dominante en los textos analizados?
7. ¿Cuáles son las formas personales dominantes en los textos analizados?
8. Identificar cinco conjunciones y cinco pronombres de relativo en las siguientes páginas web: www.georgshoehe.de, www. westingrandmunich.com.
9. Copiar tres sintagmas oracionales con más de tres palabras en las páginas web analizadas.
10. Identificar los sintagmas oracionales en el siguiente fragmento textual:

Die Hamambehandlung beginnt mit einem Dampfbad. Anschließend folgt ein Peelingritual mit einem speziellen Peelinghandschuh aus Seide. Nach einem Warmwasseraufguss erhalten Sie eine Hamammassage mit einem traditionellen Seifenbeutel. Die spezielle Olivenseife (Sabon Beldi) in diesem Seifensack erzeugt in Kombination mit Wasser und Luft große Mengen Seifenschaum. Der Tellak (Hamam-Masseur) drückt den Seifenbeutel über Ihrem Körper aus, wodurch ein

Seifennebel entsteht. Ihr Körper wird von einer Seifendecke überzogen; anschließend seift der Tellak Sie von oben bis unten mit den Händen ab. Eine herrliche Massage bringt den Körper in tiefe Entspannung. Zum Abschluss der Hamambehandlung erhalten Sie türkischen Tee und einen traditionellen „Lokum".

4. CONCLUSIONES

El presente trabajo confirma la validez del análisis del registro como enfoque didáctico en las clases de lenguas para fines específicos. Este enfoque ha proporcionado una serie de parámetros de textos auténticos en las clases de alemán turístico que han permitido la identificación de los rasgos lingüísticos básicos de *Die Website des Wellnessbetriebes* y el desarrollo de ejercicios destinados al conocimiento de tales rasgos. Mediante la aplicación de tales parámetros han sido explicitados los contenidos lingüísticos más frecuentes en los textos analizados: vocabulario general y semiespecializado relativo al lenguaje turístico y al lenguaje sanitario-*wellness*; recursos léxicos (composición, sufijación, prefijación, préstamos); formas verbales (presente de indicativo, formas en la tercera persona del singular; indicativo e imperativo), estructuras sintácticas (oraciones activas y pasivas, oraciones sencillas, oraciones de relativo, oraciones de infinitivo).

NOTAS

[1] Las páginas web utilizadas son:
ttp://www.hotelfreund.de
http://www.hotelmeerlust.de
http://www.georgshoehe.de
http://www.oceano.de
http://www.panorama-hotel.de
http://www.schoenruh-seefeld.com
http://www.strandhotel-kurhaus-juist.com
http://www.schwarz.at
http://www.wartherhof.at
http://www.jammertal.de
http:// www.thermenbussloo.nl/de
http://www.westingrandmunich.com
[2] Los ejemplos proceden de las fuentes consultadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaraz Varó E. 2000. *El Inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza Editorial.

Dudley-Evans T., St. John, M. J. 1998. *Developments in English for Specific Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fluck H.-R. 1984. *Fachdeutsch in Natur und Technik*. Heidelberg: Julius Groos Verlag.

García Mayo M. P. 2000. *English for Specific Purposes: Discourse Analysis and Course Design*. Bilbao: Universidad del País Vasco.