

TRABAJO DE FIN DE GRADO

LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL EN EL SECTOR TURÍSTICO

Ana Neira Sotelino

Grado de Turismo

Facultad de Turismo

Año Académico 2022-23

LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL EN EL SECTOR TURÍSTICO

Ana Neira Sotelino

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Turismo

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2022-23

Palabras clave del trabajo:

covid 19, español, turismo, idioma

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo Francisca Roca Arañó

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL EN EL SECTOR TURÍSTICO

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Justificación y relevancia.....	5
1.2. Objetivos	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Las lenguas de especialidad	8
2.2. El español del turismo	10
2.3. La enseñanza del español del turismo	11
3. METODOLOGÍA	13
4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DIDÁCTICA	14
4.1. Objetivo	14
4.2. Definición de la muestra	14
4.3. Metodología.....	15
4.4. Propuesta didáctica	15
5. CONCLUSIONES	23
6. BIBLIOGRAFÍA	24
Anexos.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Salidas de turistas de habla hispana al extranjero (2015-2020)	6
Tabla 2. Síntesis de la propuesta didáctica y de las actividades que la componen..	15
Tabla 3. Actividad 1	17
Tabla 4. Actividad 2	18
Tabla 5. Actividad 3	19
Tabla 6. Tabla de equivalencias y definiciones de términos del diccionario	20
Tabla 7. Actividad 4	20
Tabla 8. Actividad 5	22
Tabla 9. Actividad 6	23

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Actividades, empresas y negocios que forman parte del sector turístico	7
Ilustración 2. Lengua total y sublenguajes	9

RESUMEN

El presente trabajo muestra las principales características de la enseñanza del español como lengua del turismo, considerada como lengua de especialidad por la literatura académica.

Tras la revisión de la producción académica sobre las lenguas de especialidad que ha permitido realizar una aproximación a la teoría y metodología de la enseñanza del español del turismo, se ha realizado la propuesta de un programa de formación dirigido a alumnos extranjeros, estudiantes de español en el turismo.

El programa está formado por seis actividades que utilizan el Camino de Santiago como hilo conductor para trabajar diferentes objetivos, que mejoren la capacidad de atención a los turistas de habla hispana.

ABSTRACT

This paper shows the main characteristics of the teaching of Spanish as a language of tourism, considered as a specialty language by the academic literature.

After reviewing the academic production on specialty languages, which has allowed an approach to the theory and methodology of teaching Spanish for tourism, we have proposed a training program aimed at foreign students, students of Spanish in tourism.

The program is made up of six activities that use the Camino de Santiago as a common thread to work on different objectives that improve the ability to attend to Spanish-speaking tourists.

1. INTRODUCCIÓN

Las lenguas de especialidad han cobrado mayor importancia en los últimos años, como también lo ha hecho el estudio del concepto en sí mismo. Ello es debido, de acuerdo con Cabré (2004: 19), “al nuevo papel que juega hoy la lingüística aplicada dentro del marco general de la lingüística”.

El crecimiento del turismo a nivel mundial, y en particular del turismo español e hispanoamericano, han dado lugar a un aumento de viajeros que, o bien no hablan el idioma del país que visitan, o bien, prefieren ser atendidos en español (Tongwanchai y Fuentes, 2014).

De acuerdo con los datos publicados en el anuario que elabora el Instituto Cervantes (2021) “El español en el mundo 2021”, el español es la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes, la comunidad hispanohablante ha aumentado un 70% en los últimos 30 años y se espera que seguirá creciendo en las próximas cinco décadas, pronosticándose que Estados Unidos se convierta en el segundo país hispanohablante del mundo.

Pese a ello, los cursos ofrecidos y la bibliografía publicada en esta área de especialización es un tanto limitada, sobre todo si se compara estos recursos con los creados para especialidades como el español para negocios.

El carácter interdisciplinar del turismo y la estrecha relación que tiene con otras disciplinas como la jurídica, publicitaria o empresarial, ha hecho que en ocasiones se haya clasificado la lengua para el turismo como una subcategoría dentro de la lengua de los negocios. Así hay autoras como Moreno y Tuts (2004:1186) que opinan que el español del turismo no es un lenguaje específico “ya que se nutre de otros muchos campos. Lo que, en nuestra opinión, resulta específico es la manera de abordarlo o la concentración de unas características en un momento didáctico determinado”.

Por otra parte, Calvi (2006:19) opina que “el lenguaje del turismo se caracteriza por una gran variedad temática y una formación de léxico bastante limitada; su inclusión entre las lenguas para fines específicos (LFE), por lo tanto, resulta viable si renunciamos a una concepción de estos basada en el léxico para adoptar un enfoque centrado en el discurso, teniendo en consideración las funciones del acto comunicativo y los factores situacionales”.

Autores como Balboni (1989) o Nieto (2006:50) definen el lenguaje del turismo como un conjunto de micro lenguas interrelacionadas, que son utilizadas en los diferentes contextos por los que se mueve el operador turístico (hostelería, restauración, oficinas de turismo, etc.). Por ello, parece que el español del turismo se considera una lengua específica cuyas particularidades se basan en el léxico, su función comunicativa y la importancia de tener en cuenta las distintas áreas que hay dentro del turismo.

1.1. Justificación y relevancia

En el año 2019, y de acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Cervantes (2019), eran 580 millones de personas las que hablaban español en el mundo, una cifra equivalente al 7,6% de la población mundial. De este volumen, 483 millones eran hispano hablantes nativos, siendo el español la segunda lengua materna más hablada en el mundo. A estas cifras se unen los 22 millones de personas que, a lo largo del mundo, estudian español en más de 110 países. En conjunto, se puede afirmar que el español es la tercera lengua más utilizada en internet. Por todo ello, es posible considerar que una parte destacada de estos hispanohablantes, viajan al extranjero.

Si se toma como referencia la base de datos que proporciona la Organización Mundial del Turismo (2022), se observa que la pandemia provocada por el SARS-COV-2 supuso una drástica caída de los movimientos de turistas en todo el mundo, aunque a lo largo del año 2022 las cifras han experimentado un crecimiento, sin llegar todavía

a recuperar los datos anteriores a la pandemia. Es por ello por lo que los datos que se exponen incluyen el periodo anterior a la caída de la actividad turística.

Como se muestra en la siguiente tabla, el volumen de turistas cuyo origen es un país de habla hispana, que viajan al extranjero y pueden precisar o solicitar ser atendidos en español, se situaba en los años anteriores a la pandemia en torno a los 70 millones, y mantenía una tendencia creciente:

Tabla 1. Salidas de turistas de habla hispana al extranjero (2015-2020)

Salidas de turistas (millones) con destino al resto del mundo, procedentes de:	2015	2016	2017	2018	2019	2020
España	14,4	15,4	17	19	19,8	4,9
Chile	3,4	3,6	3,6	3,8	3,3	1,0
México	19,6	20,2	19,1	19,7	19,8	7,3
Colombia	3,9	3,8	4,0	4,4	4,5	1,3
Argentina	7,8	10,4	12,2	11,1	9,1	2,8
Perú	2,6	2,8	2,9	3,1	3,3	0,8
Uruguay	2,2	1,7	1,8	1,9	2,2	
Venezuela	1,5	1,5	1,1			
El Salvador	1,3	1,4	1,4	1,3	1,3	0,4
Ecuador	1,2	1,4	1,3	1,4	1,5	0,5
Paraguay	1,0	1,5	1,5	1,3	1,2	0,2
Bolivia	1,0	0,9	1,0	1,1	1,2	0,4
Panamá	1,0	1,1	0,9	1,0	1,2	0,4
Guatemala	0,9	1,1	1,1	1,2	1,3	0,4
Nicaragua	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9	0,3
Costa Rica	0,9	1,0	1,2	1,1	1,2	0,3
Puerto Rico	0,7	0,8	0,8			
Honduras	0,7	0,7	0,5	0,5		
Rep. Dominicana	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,2
Cuba	0,6	0,4	0,5	0,6	0,7	0,3
Total	66,1	71,2	73,4	74	73	21,5

Fuente: elaboración propia a partir de datos de OMT (2022)

Las cifras expuestas, así como el peso que el sector turístico tiene a nivel mundial, constituyen la principal justificación para la elaboración del presente trabajo, dada la necesidad de atender la demanda potencial de turistas que hablan en español.

Esta cuestión resulta especialmente relevante en estos momentos en el que el sector turístico se recupera de los efectos provocados por las restricciones a los movimientos, y por tanto, las empresas turísticas tratan de recuperar clientes ofreciendo un servicio de calidad y distintivo.

1.2. Objetivos

El principal objetivo del presente trabajo es realizar una propuesta de actividades que formen parte de un posible programa de formación de estudiantes de español en el sector turístico, que pueda servir de ayuda u orientación en la preparación de los estudiantes de turismo en favor de una mejora de la atención a clientes de habla hispana.

Para el logro del objetivo principal se realizará una revisión del estado de la cuestión, y un análisis de las metodologías que se están aplicando en estos momentos, a partir de la revisión de las investigaciones académicas publicadas.

2. MARCO TEÓRICO

A diferencia de otras ramas de conocimiento o de la economía, el turismo es un sector en el que confluyen campos léxicos de diferentes disciplinas, lo cual implica que no disponga de unos rasgos específicos que lo caractericen, tal y como ocurre con lenguajes para fines específicos (Cabré y Gómez de Enterría, 2006).

El amplio léxico que forma parte del sector turístico deriva de la existencia de diferentes contextos, como la actividad de las agencias de viaje, el alojamiento, la restauración, etc., (Moreno y Tuts, 2004; Calví, 2006). Por tanto, se considera como regla general, que el lenguaje del turismo tiene su origen en la lengua común, y por tanto, mantiene su estructura (Muñoz, 2017).

Ilustración 1. Actividades, empresas y negocios que forman parte del sector turístico



Fuente: elaboración propia

Al elenco de actividades que contribuyen al sector turístico, es necesario añadir además, los componentes relativos a los destinos turísticos, como por ejemplo, el componente sociológico, el geográfico y ambiental, el antropológico, histórico, artístico, cultural, etc.

Por tanto, el primer concepto a abordar es el de “lengua de especialidad, para conocer si efectivamente el lenguaje del turismo puede pertenecer a esta categoría.

2.1. Las lenguas de especialidad

Como primer paso para la delimitación del concepto es necesario comprender qué se entiende por lengua. Autoras como Cabré y Gómez de Enterría, 2006: 11), la lengua es el “conjunto de recursos discursivos gramaticales específicos que permiten distinguir sistemas distintos”. Si a este concepto se incorpora la especificidad o especialidad, es cuando se obtiene el elemento distintivo respecto de lo general, y que circunscribe la lengua a fines específicos o a actividades profesionales concretas.

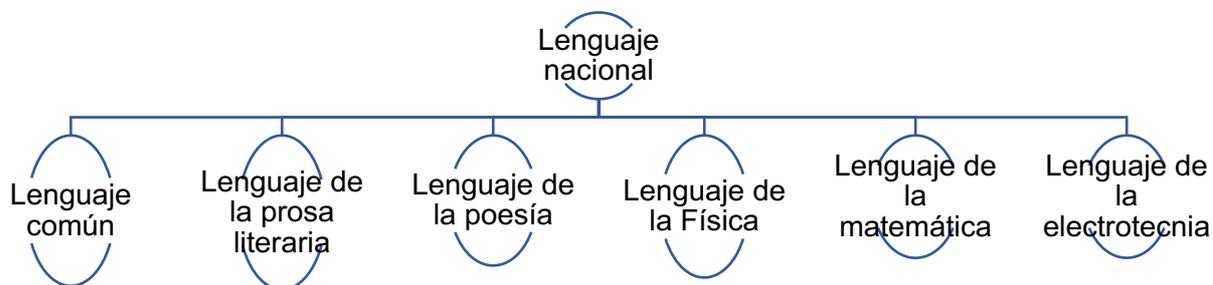
Por tanto, las lenguas de especialidad son “subconjuntos de recursos específicos lingüísticos y no lingüísticos, discursivos y gramaticales que se emplean en situaciones consideradas especializadas por sus condiciones comunicativas” (Cabré y Gómez de Enterría, 2006:11).

Sin embargo, una no profusa revisión de la literatura científica, permite comprobar que la definición no es tan sencilla pues a existe una “abundancia de términos”, como por ejemplo, las lenguas de especialidad (Gómez de Enterría, 2009), lenguajes de especialidad (Cabré, 1993), lenguas especializadas (Lerat, 1997), lenguajes especializados por la temática (Sager et al., 1980), lenguas especiales (Rodríguez, 1980), etc.

Otra serie de autores consideran que las lenguas de especialidad suponen que la oposición entre el lenguaje especializado y el lenguaje común, no tiene sentido. Tal es el caso de Hoffman (1987), para quien las lenguas específicas son el conjunto de todos los medios lingüísticos utilizados en un ámbito de comunicación para garantizar la comunicación entre las personas que trabajan en ese campo.

Se trata por tanto de códigos lingüísticos de los que forman parte un conjunto de reglas y unidades, llamadas sub- lenguajes que tienen su origen o base en el lenguaje global y donde el lenguaje común es un sub- lenguaje más , tal y como refleja la ilustración 2:

Ilustración 2. Lengua total y sublenguajes



Fuente: Rodríguez- Piñero y García (2010)

De la citada revisión de la literatura científica, es posible extraer una serie de características que delimitan el concepto de lengua de especialidad y que se reflejan a continuación:

- Carácter universal. Tal y como expone Gómez de Enterría (2009:46), las lenguas de especialidad tienen como finalidad la transmisión de un conjunto de conocimientos, ya sean científicos o técnicos, que las dotan de un carácter universal e inter -idiomático, que a su vez, facilita la comunicación dentro de ese ámbito.
- Gran importancia del léxico. Calvi (2006:11) reconoce que el léxico específico es una característica distintiva, especialmente el “terminológico y nomenclador”, lo que en algunos casos, y derivado de la característica anterior, hace que se introduzcan términos procedentes del inglés, por ejemplo.
- De acuerdo con Gómez de Enterría (2009:55), el carácter práctico o pragmático, es tan importante como el propio léxico puesto que cada término o vocablo debe ser entendido dentro de su contexto de uso.
- Comunicación precisa, formal y concisa, en tanto en cuanto, se trata de un contexto profesional, en el que pueden desarrollarse comunicaciones en diferentes situaciones y con diferentes jerarquías (Gómez de Enterría, 2009:24).
- En general, se caracteriza por el uso de textos expositivos y descriptivos, en los que la temática está relacionada directamente con la especialidad y el medio en el que se desarrolla, lo que obliga, en el caso de la enseñanza, a que los estudiantes deban analizar el lenguaje en el contexto y de manera global (López, 2013:21).

Frente a lo expuesto, autores como García (2022:247), considera que el léxico del turismo “no es propiamente un léxico de especialidad”, porque recibe aportaciones de diferentes procedencias, como resultado de la enorme popularidad que han alcanzado las actividades turísticas.

Al mismo tiempo, los profesionales del turismo tienen que comunicarse con personas de diferentes ámbitos, y son estas características las que condicionan la consideración del léxico del turismo como un léxico de especialidad, pues a diferencia de otros

sectores o léxico, como puede ser el de la medicina, por ejemplo, los profesionales de este sector, con independencia de la lengua que utilicen, deben comunicarse a través de un léxico aprendido y usado por todo el sector. No se trata, en este caso del sector médico, de un lenguaje heterogéneo que incluya el léxico propio de otros sectores, pues solo incluye el léxico propio de la medicina, mientras que el léxico del turismo sí presenta un carácter ecléctico, como se verá en el próximo apartado.

2.2. El español del turismo

Siguiendo con la misma autora, García (2022, 249) opina que el español del turismo no puede ser considerado tampoco como una especialización de la lengua, pues no es específico de los especialistas en turismo, ni de uso exclusivo de ese campo o sector y no se compone de un léxico propio.

Otra de sus características es el constante cambio al que se ve sometido, pues como señala García (2022: 249), lo que ayer eran hostales, hoy son “hostels”, sin que aparezcan significados nuevos, sino que cambia “el significante por una moda, una tendencia o un reclamo comercial”. Por este motivo, resulta sencillo enseñar el español del turismo de manera paralela a la enseñanza del español en general.

No obstante, sí es necesario establecer una diferencia y considerar la enseñanza del español del turismo como una lengua de especialidad enmarcada en el propio sector, si bien, como indica Calvi (2000: 7), su “fisonomía es bastante compleja”. Y ello se debe a varios factores como son, el hecho de que se trata de un lenguaje heterogéneo, que incluye lenguajes de la economía, la geografía, la gastronomía, etc.

Para comprender las partes que componen la enseñanza del español del turismo, Calvi (2000: 44) establece una serie de criterios o distinciones. En primer lugar, la consideración de disciplina o de las disciplinas que engloba (geográfica, económica, psicológica y sociológica). En segundo lugar, la actividad profesional, referida tanto al sistema de organización como a la propia estructura del sector. Y, por último, la definición de las áreas léxicas, entre las que cita, la historia del arte, la gastronomía, los deportes, el folklore, los espectáculos, etc.

Cada uno de estos criterios, presenta a su vez unas características propias, y por consiguiente, un vocabulario específico, de manera que la mayor parte de los tecnicismos del turismo, provienen precisamente de cada una de las actividades profesionales, y de la influencia recibida como resultado del proceso de internacionalización del turismo y el fenómeno de la globalización del mismo.

De acuerdo con Marrero (2016: 17), su glosario incluye términos procedentes de otras lenguas, como es el caso de ABTA o *Association of British Travel Agents*, que define como el “colectivo que incluye tanto a agencias de viajes como a turoperadores, que tiene entre sus principales objetivos el aumento de los estándares en el sector, la sostenibilidad y la seguridad”.

Una lectura somera de este glosario permite, además, constatar que el significado de algunos términos depende o se encuentra fuertemente influido por el contexto, sin el cual, no es posible lograr aun comunicación eficaz. Un ejemplo de ello es la expresión

“abanderado de marca”, donde específicamente incluye la aclaración “en turismo”, y que define como

“En turismo, persona que inspira un respeto generalizado en una comunidad amplia (por ejemplo, en distintos sectores y comunidades a escala nacional, regional o municipal) y que es nombrada por el grupo directivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) o por el gobierno que corresponda, para abogar fervorosamente por la causa de la marca en las más altas esferas públicas”. (Marrero, 2016:17).

2.3. La enseñanza del español del turismo

Como resultado de lo expuesto, la enseñanza del español del turismo supone para el profesorado un reto, tal y como considera Almeida (2004), pues es difícil saber exactamente qué se debe enseñar, especialmente por el desconocimiento del propio sector turístico, del trabajo de los profesionales del turismo y del uso que éstos realizan del lenguaje.

Además, los cursos específicos de español del turismo, no se ajustan a los objetivos y contenidos que sí aparecen recogidos en el Plan curricular del Instituto Cervantes (1994) o en el Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza evaluación (2002) (Almeida, 2004).

A lo anterior se añade otro problema y es la escasa investigación sobre esta cuestión, y la gran variedad de material didáctico que existe. Por tanto, Almeida (2004) propone una solución a esta cuestión y es, llevar a cabo una primera evaluación de las necesidades, tal y como la investigación científica propone para la enseñanza de lenguas con fines específicos (Robinson, 191; Dudley-Evans y St John, 1998).

De esta forma, Almeida (2004), siguiendo lo establecido por Richerich (1972) propone llevar a cabo al comienzo del proceso, un estudio de las necesidades, tanto las objetivas, de la situación meta, o las lingüísticas, que son las que empujan como punto de partida del diseño de la formación, las características de la actividad (en este caso la actividad turística a desarrollar), la situación académica del estudiante, en el caso de las necesidades objetivas. Y para las necesidades subjetivas, de aprendizaje, se deberán tener en cuenta los “rasgos afectivos y cognitivos de los alumnos” (Almeida, 2004: 219).

Otros autores, como Hutchinson y Waters (1987), afirman que las informaciones sobre las situaciones Meta o situaciones objeto de aprendizaje, pueden obtenerse a través de encuestas, entrevistas, etc., realizadas por el profesor a los alumnos, siguiendo los modelos diseñados por Robinson, 1991: 12-15; Hutchinson y Waters, 1987: 60-63; Dudley-Evans y St John, 1998: 131-134).

Entre el grupo de los estudios empíricos que han abordado la metodología de la enseñanza del español del turismo, se encuentra el de García (2022), en el que, a través de un método inductivo, se crean campos semánticos aplicados a las situaciones de conversación que pueden darse en el ámbito del turismo, como por ejemplo, la agencia de viajes, la oficina de turismo, el aeropuerto, el hotel, el restaurante, em museo y la visita a la ciudad.

A cada uno de los alumnos, les proponen que piensen en términos de cada campo semántico en su propia lengua, y traten de dotarlos de significado, primero por sí mismos, y después con la ayuda del profesor si fuera necesario. Una vez obtenido un determinado volumen de léxico, se pide a los alumnos que lo clasifiquen en sustantivos, verbos y adjetivos, para después realizar frases con los mismos, diálogos y escenificaciones. Esta metodología la replican con cada situación conversacional, con cada alumno y con cada tipo de turismo, logrando crear un sistema de aprendizaje colaborativo y participativo en el que se intenta relacionar las ideas con el tipo de término.

Además, para fijar los conocimientos incluyen un periodo de prácticas, o actividades en las que los alumnos estén motivados, como las competiciones por grupos, los juegos, etc.

Otras investigaciones, como la publicada por Muñoz (2017) proponen usar materiales utilizados en la promoción del turismo, como los mensajes o las imágenes, como recursos didácticos aplicados a la enseñanza. Entre las ventajas que proporciona el uso de estos materiales, se destaca, por ejemplo, el hecho de que las imágenes, por ejemplo, generan un mayor impacto porque activan las emociones en la mente de los alumnos, y después pasan a fijarse en su memoria (Romero, 2005). Además, en ocasiones, la publicidad puede presentar importantes semejanzas entre países, lo cual facilita su entendimiento pues el alumno ya se encuentra familiarizado con este tipo de mensajes, pero en su propia lengua (Muñoz, 2017).

Entre las contribuciones importantes en la enseñanza del español del turismo, se encuentra la de Tongwanchai y Fuentes (2014), centrada en este caso en los estudiantes tailandeses y concretamente, en la impartición de la asignatura de Turismo en el programa de la Universidad de Khon Kaen.

La metodología seguida es una metodología de “enfoque por tareas”, siendo estas, el punto de partida para la elaboración de la programación de una unidad didáctica, de un curso, etc. A partir de la elaboración de una lista de tareas, se determinan los contenidos lingüísticos y el resto de los elementos de la programación (Tongwanchai y Fuentes, 2014).

Para Molero (2006), la aplicación de una metodología de enfoque por tareas, debe seguir las siguientes pautas o secuencia de aspectos importantes:

- Aprendizaje de los términos relacionados con las organizaciones turísticas (agencias de viaje, turoperadores, etc.); de las estructuras turísticas (hoteles, hostales, restaurantes, etc.); de los servicios (reservas, traslados, etc.) y de las profesiones del sector turístico (camareros, botones, etc.). En esta parte se deben incluir anglicismos, siglas y fórmulas que habitualmente son empleadas en el sector.
- Aprendizaje de los términos que, pese a no pertenecer específicamente al sector turístico, forman parte de él, como es el caso de los términos procedentes de la economía, el transporte, la geografía, etc.
- Aprendizaje de los términos anteriores en relación con el contexto de uso de los mismos.
- Aprendizaje de las funciones en las que se emplea este léxico, para que el alumno se familiarice con sus funciones, combinando el enfoque por tareas

con el enfoque comunicativo, y favoreciendo que los alumnos interactúen entre ellos.

Tomando como ejemplo este esquema, Tongwanchai y Fuentes (2014), proponen las siguientes secciones de la asignatura de español en el turismo:

- En el hotel: realizan tareas relativas a las reservas, cancelaciones, reclamaciones, atención telefónica, recepción y despedida del cliente, presentación de la factura, servicios del hotel, excursiones, espacios de interés turístico, condiciones meteorológicas, y transporte.
- En la agencia de viajes: tipos de agencias, profesionales que trabajan en ellas, relaciones entre las agencias y otros establecimientos, tipos de viajes, documentación, etc.
- Temas generales: cómo se organiza una empresa hotelera, perfiles profesionales, entrevistas de trabajo, promoción del sector, reuniones profesionales en ferias, congresos, etc.

Finalmente, se les pide a los estudiantes una tarea final, que, en este caso concreto, consiste en llevar a cabo un viaje en el que actúen como guías del mismo (Tongwanchai y Fuentes, 2014).

3. METODOLOGÍA

A lo largo de las sesiones de la propuesta didáctica que se presenta en este trabajo se ha aplicado una metodología basada en el aprendizaje por descubrimiento e investigación, pues todas las actividades se componen de una parte explicativa, generalmente iniciada por el profesor, apoyándose en material gráfico, como vídeos de los contenidos a trabajar, o presentaciones en Power Point que sustentan y muestran de manera gráfica los contenidos.

A la parte explicativa le sigue una parte de investigación y descubrimiento del alumno, que deberá preparar, tomando como referencia las presentaciones del profesor, y la información obtenida a través de consultas propias, una presentación, role play, etc., con la que poner en práctica lo aprendido.

Además, en algunos casos, se ha incluido una actividad adicional, concebida como cierre e las sesiones, consistente en la realización por escrito de una serie de ejercicios de vocabulario, que les permitirán fijar conocimientos, y servir de libro o diccionario propio de consulta.

Por otra parte, las actividades propuestas se desarrollan en una o varias sesiones, y podrán ser tanto individuales, como grupales. Si bien, la formación de grupos para la realización de tareas será tratando de que el número de integrantes sea mínimo, para fomentar la participación activa de cada uno de ellos.

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DIDÁCTICA

En este capítulo se desarrolla el objetivo principal del trabajo que consiste en propuesta de actividades que formen parte de un posible programa de formación de estudiantes de español en el sector turístico.

Para llevar a cabo este objetivo se tomará como referencia lo analizado en el marco teórico, así como las características de la muestra meta, esto es, el grupo objetivo que va a ser objeto de esta formación.

4.1. Objetivo

El principal objetivo es desarrollar una unidad didáctica de la que forman parte varias actividades, cuya finalidad es la de transmitir contenidos y conocimientos sobre el léxico empleado en diferentes situaciones relacionadas con el turismo.

Dicho objetivo se estructura a través de varios objetivos secundarios y contenidos, que se desarrollan a continuación:

- Funcionales: solicitar información y facilitar información.
- Gramaticales: uso del futuro, uso del pasado.
- Nocionales: contenidos relacionados con actividades turísticas que guardan relación con el Camino de Santiago.
- De léxico: turismo, religión, arte, naturaleza, problemas físicos y atención médica, albergues.

Para la consecución de estos objetivos se ha elegido como elemento introductor el Camino de Santiago, entendido como un aula de aprendizaje del español del turismo, como un entorno cultural, gastronómico, artístico y arquitectónico. Este enfoque metafórico permite organizar las actividades como etapas del propio Camino de Santiago.

4.2. Definición de la muestra

La muestra o grupo meta de alumnos será determinado por una prueba de nivel, de tal manera que serán seleccionados para participar en la unidad didáctica los alumnos con nivel C1 (Dominio operativo eficaz), que de acuerdo con el código o sistema de Niveles según el Marco Común Europeo, son aquellos estudiantes que son capaces de:

- Comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia
- Reconocer los sentidos implícitos que se encuentran en dichos textos.
- Se expresan de manera fluida y espontánea, sin que deban esforzarse para encontrar las expresiones que se consideran más adecuadas.
- Están capacitados para utilizar el español en entornos sociales y profesionales.
- Son capaces de generar textos claros, estructurados y detallados sobre determinados temas.

4.3. Metodología

El objetivo es presentar el Camino de Santiago a través de las actividades y experiencias que se pueden vivir en el mismo, desde la perspectiva del peregrino, de quien atiende a los peregrinos, y de las agencias de viaje que pueden comercializar el Camino de Santiago.

Se ha adaptado la metodología aplicada en el trabajo de Trovato (2013), quien señala como elementos más “emblemáticos” del español del turismo los siguientes:

- Variedad temática: en el español del turismo y teniendo en cuenta que se trata de una lengua de especialidad, se aglutinan términos y un léxico, propios de varios campos. Por tanto, la elección del Camino de Santiago como plataforma o vehículo de aprendizaje, permite incorporar el léxico propio de las agencias de viaje, de la cultura, del arte, de la restauración y el alojamiento, y del sector de la atención médica o farmacéutica.
- Incorporación de neologismos como sucede con palabras como sobreturismo, turistificación, etc.
- Incorporación de los anglicismos: con ejemplos como check-in, check-out, low-cost, duty-free, etc.
- Uso de siglas y acrónimos, como HS (hostal), TA (temporada alta), TM (temporada media), etc. Además, en este caso estas siglas se unen a la variedad de alojamientos que se pueden utilizar en el Camino de Santiago, como los albergues, hostales, etc.
- Adjetivación de las experiencias, los lugares, las rutas, etc. En el caso particular del Camino de Santiago se enfatiza en aquellos aspectos particulares del mismo, como el sentido del propio peregrinaje, cuya explicación puede generar expectativas en los viajeros potenciales del mismo y mejorar la explicación del destino.
- Creación de diferentes tipologías textuales como los folletos, los catálogos, las páginas webs, etc., y en el caso concreto del Camino de Santiago, las rutas y los documentos acreditativos de haberlo realizado (compostela, compostelana, credencial, etc.)

A partir de estos puntos metodológicos, se han planificado varias actividades que forman parte de la propuesta didáctica, y que se desarrollan en el siguiente apartado.

4.4. Propuesta didáctica

La propuesta didáctica está formada por 6 actividades, cuyos objetivos y características del lenguaje de especialidad del turismo, se sintetizan en la siguiente tabla, aunque serán desarrolladas posteriormente.

Tabla 2. Síntesis de la propuesta didáctica y de las actividades que la componen

Propuesta didáctica	Objetivo	Característica del lenguaje de especialidad	Objetivo funcional	Objetivo gramatical	Objetivo nocional	Objetivo lexicográfico
Actividad 1	Dar a conocer los tipos de turismo del Camino de Santiago y las rutas existentes	Variedad temática, adjetivación de las experiencias.	Solicitar y facilitar información	Uso del futuro	Tipos de actividades que se pueden realizar en el Camino relacionadas con el turismo	Vocablos relacionados con el turismo, la religión, el deporte y la cultura
Actividad 2	Conocer y ser capaz de explicar los diferentes alojamientos y platos típicos del Camino de Santiago	Variedad temática, neologismos, siglas y acrónimos, anglicismos. Adjetivación de las experiencias	Solicitar y facilitar información	Uso del pasado	Cómo elegir alojamiento y decidir donde comer	Léxico general de los alojamientos y restaurantes, y particular de alojamientos y comida típica de los destinos del Camino de Santiago
Actividad 3	Conocer y ser capaz de explicar el lenguaje particular del Camino de Santiago	Creación de tipología textual específica del Camino de Santiago. "Diccionario propio del Camino"	Facilitar información	Uso del futuro	Identificación de símbolos del Camino de Santiago	Léxico propio y específico del Camino de Santiago. Diccionario del Camino
Actividad 4	Dar a conocer el arte del Camino de Santiago	Variedad temática, diferencia de tipologías textuales, adjetivación de las experiencias.	Facilitar información	Uso del futuro	Monumentos más representativos	Léxico arquitectónico y escultórico
Actividad 5	Saber cómo reaccionar ante la necesidad de acudir a una farmacia o recibir atención médica	Variedad temática, uso de siglas.	Solicitar información	Uso del pasado y del futuro	Solicitar atención farmacéutica y/o sanitaria	Léxico sanitario y relacionado con las principales dolencias que pueden aparecer en el Camino de Santiago
Actividad 6	Ser capaz de elaborar el contenido de un folleto explicativo del Camino de Santiago para informar a los potenciales peregrinos o viajeros de las posibilidades turísticas que ofrece aplicando los elementos y conocimientos adquiridos en las anteriores actividades	Creación de tipologías textuales (folleto o página web). Variedad temática	Facilitar información	Uso del futuro y del pasado	Realizar un compendio de las principales nociones e ideas sobre el Camino de Santiago aprendidas a través de las actividades anteriores	Compendio del léxico aprendido en las anteriores actividades

Fuente: elaboración propia

A continuación se desarrolla el contenido, la planificación temporal y la descripción de los materiales a utilizar en cada una de las actividades, la dinámica y los métodos de evaluación.

Actividad 1

Como paso previo a la realización de la actividad, se explicará a los alumnos cómo se va a llevar a cabo la formación, en este caso, realizando un viaje a través del Camino de Santiago. Brevemente se les explicará en qué consiste, pues la primera acción de esta actividad y de la programación consiste en la visualización de un vídeo de presentación del propio Camino, preparado en este caso para un nivel inferior al de los alumnos, esto es, para un nivel B1.

Figura 1. Vídeo del Camino de Santiago



Fuente: VideoELE (2023)

Una vez mostrado el vídeo comenzará la actividad 1, que se describe en la siguiente tabla:

Tabla 3. Actividad 1

Nombre de la actividad	Conociendo el Camino de Santiago y los Caminos
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	La primera sesión será individual y la segunda en grupos de al menos dos alumnos y como mínimo 8 grupos
Duración	2 sesiones de 45 minutos cada una

Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet. Para la segunda sesión se utilizarán los materiales que cada grupo considere necesarios para dar a conocer su presentación
Desarrollo	La visualización del vídeo será grupal. Después se formarán 8 grupos de al menos 2 alumnos cada uno, que se corresponden con los diferentes Caminos (Santiago-Muxía; Del Norte; Francés; Inglés; Portugués; Primitivo; Ruta del Mar de Arousa; Vía de la Plata). Cada uno de los grupos realizará una tarea de investigación consistente en solicitar información a puntos de contacto turísticos, para elaborar posteriormente una presentación del Camino en el que han trabajado y en la segunda sesión presentar o facilitar información como guía turístico que ofrece este recurso a visitantes de su país. La presentación se realizará con el apoyo de los materiales que los alumnos consideren más adecuados. Después de la exposición de cada uno de los grupos (máximo 3 minutos), los restantes podrán formular preguntas para resolver las dudas que puedan tener.

Fuente: elaboración propia

Para la exposición en grupos, cada uno de ellos deberá incluir en la elección del itinerario varios aspectos, algunos de los cuales se recogen a continuación, y proceden del manual elaborado por Aguirre (1994):

- Información general: divisa, horarios de monumentos, museos, clima, características geográficas, sociales, etc.
- Recorrido y medios de transporte: etapas del Camino, paradas, elección de destinos y gestión del tiempo de cada etapa, particularidades de cada etapa, diferentes medios para realizar el Camino (a pie, en bici, con transporte de equipaje y alojamiento organizado, etc.).
- Visitas que se pueden realizar o que pueden resultar de interés: historia, arte, costumbres, folklore, etc.
- Incluir algunos consejos o sugerencias sobre el itinerario.

Actividad 2

Los datos más importantes de esta segunda actividad se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 4. Actividad 2

Nombre de la actividad	Donde dormidos y qué comemos
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	Dos sesiones en grupos de al menos dos alumnos cada grupo y como mínimo 8 grupos
Duración	2 sesiones de 45 minutos cada una

Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet. Se usará la presentación anexada en el anexo 2 del presente trabajo. En las sesiones en las que los alumnos participan activamente realizando las presentaciones, el material será el elegido por ellos mismos
Desarrollo	En la primera sesión se realizará una presentación de los tipos de alojamientos y de algunos de los platos típicos de las zonas por las que transcurre el Camino de Santiago. Al finalizar la primera sesión, se formarán los grupos para que en la segunda sesión, cada grupo realice dos rol play. En el primero de ellos, un empleado de una agencia de viajes será la persona encargada de presentar las características de un alojamiento concreto, elegido por el grupo en la sesión anterior, y los otros integrantes del grupo, serán clientes que realizarán preguntas para saber más sobre el alojamiento. En el segundo rol play, los integrantes explicarán la receta del plato elegido en la primera sesión.

Fuente: elaboración propia

Actividad 3

Las características de esta actividad se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 5. Actividad 3

Nombre de la actividad	Diccionario del Camino de Santiago
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	Una sesión individual
Duración	45 minutos
Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet. La presentación usada por el profesor es la que se recoge en el anexo 2 del presente trabajo.
Desarrollo	El profesor realizará una presentación en power point para dar a conocer los principales símbolos del Camino de Santiago. Son palabras específicas del propio Camino, que resulta conveniente conocer para cualquiera de los peregrinos. Una vez explicadas, cada alumno elaborará su propio diccionario del Camino, en el que incluirá las descripciones de aquellos elementos que le resulten más llamativos o curiosos para la presentación de la experiencia turística a los potenciales clientes en una agencia de viajes.

Fuente: elaboración propia

Al finalizar la exposición por parte del profesor, los alumnos deberán completar una tabla en la que deberán establecer la correspondencia entre la palabra en español y la palabra en su respectivo idioma, incluyendo los términos propios del Camino de Santiago, y algunos términos comunes en el lenguaje turístico, tal y como se observa a continuación:

Tabla 6. Tabla de equivalencias y definiciones de términos del diccionario

Término original	Traducción o descripción
Compostela	Descripción
Monte do Gozo	Descripción
...	
Brochure	Término en español
Check-in	Término en español
Duty free shop	Término en español
Transfer	Término en español
Voucher	Término en español
Travellers' check	Término en español
...	

Fuente: elaboración propia a partir de Calví y Provoste (2002)

Actividad 4

Las características de esta actividad se recogen en la siguiente tabla. Esta actividad está encaminada a preparar a los

Tabla 7. Actividad 4

Nombre de la actividad	El arte en el Camino
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	Dos sesiones individuales y grupales. El número de grupos formados dependerá del número de asistentes a la clase, procurando que no sean grupos de más de dos personas y tratando de no sobrepasar en conjunto el tiempo total disponible para esta actividad. Se buscará en todo caso que la exposición en la segunda sesión, no supere los 3 minutos por grupo. Si fuera necesario podrá ampliarse con la realización de una tercera sesión.
Duración	Cada sesión durará 45 minutos
Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet.

Desarrollo

Las dos sesiones tendrán la misma estructura. Dada la extensión del tema a explicar, solo se incluirán contenidos relacionados con el Románico en el Camino de Santiago y con Santiago de Compostela. En la primera sesión, se proyectará el vídeo sobre el arte románico en el Camino de Santiago (anexo 3). Al finalizar cada alumno escogerá uno de los emplazamientos sugeridos a continuación, y elaborará una presentación del mismo para exponer en la segunda sesión. La segunda sesión comenzará con las exposiciones de los alumnos, cuya duración podrá variar en función del número total de alumnos de la clase. En estas exposiciones los alumnos tendrán que realizar una visita virtual al monumento o construcción elegido, explicando como guía turístico, los elementos más importantes del mismo. Al finalizar las presentaciones, se proyectará el vídeo sobre Santiago de Compostela, cuya duración es de 14 minutos y 10 segundos.

Fuente: elaboración propia

Los monumentos que los alumnos pueden elegir para preparar y realizar la visita guiada en la segunda sesión (o incluso la tercera) son los siguientes:

- Arte románico en Aragón:
 - Catedral de Jaca
 - Monasterio de San Juan de la Peña
- Arte románico en Navarra:
 - Catedral de Pamplona
 - Puente de la Reina
 - Iglesia de San Pedro de la Rúa
 - Iglesia de Santa María de Eunate
 - Nuestra Señora de Rocamadour
 - Iglesia del Santo Sepulcro
 - Palacio de los Reyes
 - Torres del Río
- Arte románico en La Rioja:
 - Monasterio de Santa María la Real
 - Catedral de Santo Domingo de la Calzada
 - Iglesia de San Bartolomé
- Arte románico en Castilla y León:
 - Monasterio de San Juan de Ortega
 - Monasterio de las Huelgas Reales
 - Iglesia de San Martín de Tours
 - Basílica de San Isidoro
 - Iglesia de Frómista
 - Catedral de León
- Arte románico en Galicia:
 - Iglesia de Santa Mariña de Sarriá
 - Iglesia de San Nicolás de Portomarín
 - Colegiata de Santa María del Sar
 - Pórtico de la Gloria

- Catedral de Santiago de Compostela

Al finalizar la actividad, y siguiendo como el esquema de trabajo de la anterior, cada alumno completará una ficha, como la recogida en la tabla 6, cuyo contenido en este caso, estará formado por los términos específicos del arte que deben ser conocidos y utilizados por cualquier guía, tanto en español, como en el idioma de origen de los alumnos.

Actividad 5

Teniendo en cuenta que una de las formas más habituales de realizar el Camino de Santiago es caminando, o al menos en bicicleta, es posible que en alguna de las etapas, el peregrino deba acudir a una farmacia o consultorio médico, en el que tratar las heridas que puedan aparecer en pies, piernas, picaduras, etc.

Es por ello por lo que se incluye una actividad específica relacionada con estas cuestiones, y que refleja el carácter heterogéneo del lenguaje o del español del turismo.

Las características de esta actividad se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 8. Actividad 5

Nombre de la actividad	El botiquín del peregrino
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	Dos sesiones, una individual y otra grupal. Se buscará en todo caso que la exposición en la segunda sesión, no supere los 3 minutos por grupo.
Duración	Cada sesión durará 45 minutos
Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet. Botiquín.
Desarrollo	En la primera sesión el profesor mostrará una serie de diapositivas con aquellos elementos y consejos que se consideran imprescindibles para realizar el Camino de Santiago y prevenir o tratar diferentes patologías que puedan surgir. Al finalizar esta sesión cada alumno elaborará una tabla con aquellos términos más importantes, como la tabla 6. A continuación se formarán los grupos de alumnos que en la siguiente sesión realizarán los role play. Una parte de los alumnos desarrollarán el papel del agente en la agencia de viajes, que muestra a los potenciales peregrinos los problemas que pueden tener y qué elementos deben incluir en el botiquín. Otra parte de los alumnos serán peregrinos con algunos de los problemas que pueden darse, y que irán a una farmacia o consultorio médico en el que expondrán el problema.

Fuente: elaboración propia

Actividad 6

A continuación se presenta la actividad final, la cual, pretende ser un compendio de lo aprendido durante el programa formativo, y por tanto, la actividad está casi en su totalidad, protagonizada por los alumnos, sin apenas intervención del profesor.

Las características de esta actividad se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 9. Actividad 6

Nombre de la actividad	Etapas finales
Nivel	C1
Grupo meta	Alumnos de español del turismo
Dinámica	Dos sesiones individuales
Duración	Cada sesión durará 45 minutos
Material necesario	Proyector, ordenador portátil, acceso a internet, y cualquier otro elemento que los alumnos consideren necesario para su exposición
Desarrollo	A lo largo del programa educativo los alumnos han venido elaborando documentos en algunas sesiones en las que se incluye el léxico más utilizado en la promoción y asesoramiento de los viajeros, turistas y peregrinos. El alumno elaborará un folleto explicativo del Camino de Santiago como destino turístico, en el que incluirá los contenidos que considere más relevantes para la comercializar el destino entre sus potenciales clientes en una agencia de viajes. Cada alumno explicará al resto de la clase ese folleto y tratará de "vender" el destino a sus compañeros, quienes podrán realizar preguntas desde la perspectiva de potenciales turistas.

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

La realización del presente trabajo ha permitido realizar el paso de la teoría a la práctica, pues tras analizar las principales características de la enseñanza del español como lengua extranjera en alumnos del sector turístico, se han aplicado las enseñanzas en el diseño de un programa de formación dirigido a estudiantes con un nivel C1, de español del turismo.

Para la planificación del programa formativo no solo se ha tenido en cuenta ese nivel de español, sino que se ha tratado de trasladar a la práctica las principales características de esta lengua de especialidad, como por ejemplo, la variedad temática, la tendencia a la formación de palabras, el uso de neologismos y anglicismos, la utilización de siglas, el uso de los adjetivos y de diferentes tipologías textuales.

Para aumentar el interés de los alumnos se ha utilizado el Camino de Santiago como vehículo para la realización de las diferentes actividades, pues además de ser uno de

los destinos elegidos por viajeros de todo el mundo, permite reflejar la heterogeneidad del lenguaje del turismo, al incorporar el lenguaje propio de las reservas, alojamientos, servicios de restauración, etc. Y también el lenguaje de la arquitectura, el arte, la geografía, los cuidados sanitarios, etc.

Por tanto, al finalizar el programa los alumnos dispondrán de una serie de conocimientos sobre el propio destino, y también de un léxico específico de otros sectores, que mejora las capacidades de transmisión de información y comercialización de destinos, de los alumnos participantes.

Conscientes de que este trabajo presenta limitaciones, como la adaptación de contenidos a un grupo más específico y caracterizado de estudiantes, se propone como futura línea de investigación la realización de programas específicos que incluyan una programación didáctica más extensa, y que pueda abarcar más situaciones reales.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, B. (1994). *El español por Profesiones. Servicios turísticos*. Madrid SGEL.
- ALMEIDA, L.M. (2004). La enseñanza del español del turismo, en *Actas del I Simposio de Didáctica del Español para Extranjeros: teoría y práctica*. Río de Janeiro, 25 y 26 de junio de 2004, pp. 278-287. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2147872> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2022).
- BALBONI, P. (1989). La microlingua del turismo come fascio di microlingue. En *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*. P. Balboni. Brescia: La Scuola.
- CABRÉ, M. T. (1993): *La terminología. Teoría, metodología, aplicaciones*, Barcelona: Antártida/Empúries.
- CABRÉ, M. T. y GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2006). *Lenguajes de especialidad y enseñanza de lenguas. La simulación global*. Madrid: Gredos.
- CABRÉ, M.T. (2004). Recursos lingüísticos en la enseñanza de lenguas de especialidad, en *Comunicar y enseñar a comunicar el conocimiento especializado*. V Jornada-coloquio de la Asociación Española de Terminología. Disponible en <https://cvc.cervantes.es/lengua/aeter/conferencias/cabre.htm> (Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2022).
- CALVI, M.V. (2006). El uso de términos culturales en el lenguaje del turismo: los hoteles y su descripción. En Calvi, M. V. y Chiexichetti, L. (Eds.), *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad* (pp. 271-292). Berna: Peter Lang.
- CALVÍ, M.V., y PROVOSTE, N. (2002). *Amigo Viajero. Cuaderno de español para el turismo*. Bolonia: Zanichelli.
- DUDLEY-EVANS, T., y St JOHN, M. (1998). *Developments in ESP: a multi-disciplinary approach*, Cambridge, Cambridge University Press.

- GARCÍA, C. (2022). Una manera de enseñar léxico de español aplicado al turismo y al patrimonio. *Institut Supérieur d'Études Appliqués aux Humanités à Tozeur*. Disponible en https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/28/28_0022.pdf (Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2022).
- GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2009): *El español lengua de especialidad: enseñanza y aprendizaje*, Madrid: Arco/Libros.
- HOFFMANN, L. (1987): *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*, Berlin: Akademie.
- HUTCHINSON, T., y WATERS, A. (1987) *English for Specific Purposes: a learning-centered approach*, Cambridge, Cambridge University Press.
- INSTITUTO CERVANTES (2019). El español, una lengua que hablan 580 millones de personas, 483 millones de ellos nativos. Disponible en https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2019/noticias/presentacion_anuario_madrid.htm (Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2022).
- LERAT, P. (1997): *Las lenguas especializadas*, Barcelona: Ariel.
- LÓPEZ, L. (2013). *El español de las Ciencias de la Salud: desarrollo curricular para un curso de Español con Fines Profesionales*. Universidad de Cantabria, (pp. 13-21).
- MARRERO, M. (2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados. Disponible en <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf> (Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2022).
- MOLERO, C. (2006): Una nueva forma de enseñar español específico: el enfoque por tareas aplicado al español del turismo. Disponible en http://congreso.ele.net/biblioteca/index.php?option=com_content&task=view&id=102&Itemid=44 (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2022).
- MORENO, C., y TUTS, M. (2004). La enseñanza del español del turismo En: Jesús Sanchez Lobato e Isabel Santos Gargallo (dirs.) *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*. Madrid, SGEL: 577-608.
- MUÑOZ, M.C. (2017). Mensajes e imágenes en el turismo promocional: un recurso didáctico en ELE. *Lenguaje y textos*, 45, 55-69. Doi: <http://doi.org/10.4995/lyt.2017.7052>.
- NIETO, E. (2006). Algunas reflexiones sobre el español de turismo. *Frecuencia-L*, Primavera, 48-62.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2022). Salidas de turistas de habla hispana al extranjero. Disponible en <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales> (Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2022).
- RICHTERICH, R. (1972) *A Model for the Definition of Language Needs of Adults Learning a Modern Language*, Strasbourg, Council of Europe.

- ROBINSON, P. (1991). *ESP Today: a practitioner's guide*, Hertfordshire, Prentice may.
- RODRÍGUEZ- PIÑERO, A.I., y GARCÍA, M. (2010). Lenguas de especialidad y lenguas para fines específicos: precisiones terminológicas y conceptuales e implicaciones didácticas. En *El español en contextos específicos: enseñanza e investigación*. XX Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ASELE), pp. 907-932.
- RODRÍGUEZ, B. (1981): *Las lenguas especiales. El léxico del ciclismo*, León: Colegio Universitario de León.
- SAGER, J. C., DUNGWORTH, D., y MCDONALD, P.F. (1980): *English Special Language: Principles and Practice in Science and Technology*, Wiesbaden: Oscar Brandstetter.
- SPAIN.INFO (2023). Paradas gastronómicas en el Camino de Santiago. Disponible en <https://www.spain.info/es/top/camino-santiago-gastronomia/> (Fecha de consulta: 21 de febrero de 2023).
- TONGWANCHAI, F., FUENTES, M.M. (2014). La enseñanza del español para el turismo de Tailandia. FIAPE. V Congreso internacional: ¿Qué español enseñar y cómo? Variedades del español y su enseñanza. Cuenca, 25-28/06-2014. Disponible en <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:b6bfd567-cbf9-4cd5-89c4-12c129446640/12--la-ensenanza-del-espanol-para-el-turismo-en-tailandia--tongwanchaifuangket-pdf.pdf> (Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2022).
- TROVATO, G. (2013). Las lenguas con fines específicos en la clase de E/LE: algunas actividades didácticas para el español del turismo. Universidad de Catania. Disponible en https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/napoles_2012/20_trovato.pdf (Fecha de consulta: 20 de febrero de 2023).
- Vídeo ELE (2023). Vídeo del Camino de Santiago. Nivel B1. Disponible en <https://videoele.com/B1-Camino-de-santiago.html> (Fecha de consulta: 20 de febrero de 2023).

Anexos

Anexo 1. Material actividad 2. Fuente de las imágenes: Spain.info (2023)

Actividad 2.1 Elegir alojamiento

1 Tipos de alojamientos en el Camino de Santiago

1.1 Albergues de peregrinos: Ventajas y desventajas

1.2 Albergues municipales

1.3 Albergues Privados:

1.4 Albergues Parroquiales

2 Hostales, pensiones y hoteles: Ventajas y desventajas

2.1 Hostales

2.2 Pensiones

2.3 Casas Rurales

2.4 Hoteles en el Camino

3 Hacer el Camino sin dormir en ningún alojamiento:

Actividad 2.1 Elegir alojamiento

ALBERGUES DE
PEREGRINOS
(<https://www.alberguescaminosantiago.com/>)

Albergues de peregrinos: Ventajas y desventajas

Es el alojamiento más popular y elegido por el peregrino.

LO MEJOR de los albergues de peregrinos:

- Vives una experiencia auténtica 100% peregrina del Camino de Santiago.
- Compartirás muchos momentos con otros peregrinos, cenas, historias, conocerás amistades verdaderas.
- El precio en los albergues de peregrinos es el alojamiento más barato que puedes encontrar.

LO PEOR de los albergues:

- Al convivir con más personas juntas en la habitación, tu descanso puede verse afectado, aunque los peregrinos suelen ser tolerables entre ellos, siempre puedes toparte con alguien que no respeta las normas, por ejemplo con los horarios, no guardar silencio etc.
- Los ronquidos: encontrarás mucha gente que ronca o respira fuerte en tu misma habitación, recomendamos llevar tapones para los oídos. Una solución instantánea y muy efectiva.
- Suelen ser alojamientos donde no priman los lujos, pero... ¿es realmente lo que buscas, lujos en el Camino, en serio? mmm...

Actividad 2.1

Elegir alojamiento

**ALBERGUES
MUNICIPALES**
([https://www.caminode
santiago.gal/es/descubre
/el-camino-en-la-
actualidad/la-red-de-
albergues-públicos](https://www.caminode
santiago.gal/es/descubre
/el-camino-en-la-
actualidad/la-red-de-
albergues-públicos))

Una de las opciones más económicas y que suelen elegir los peregrinos, son los albergues municipales. Normalmente, en cada una de las etapas encontramos uno. El precio suele rondar los 5 o 6 € la noche. El problema de estos albergues es que suelen ser un poco limitados. Digamos, que algunos están mejor que otros, pero por lo general están agrupados muchas literas en una misma habitación y para muchas personas pueden llegar a ser agobiantes

Es una de las opciones más baratas si buscas alojamiento en el Camino de Santiago. No obstante, si tienes pensado alojarte en el albergue municipal en cada etapa que hagas, te recomendamos que seas muy rápido porque las plazas se suelen agotar desde por la mañana. Esta es la principal desventaja, por lo demás, están bastante bien para su precio.

Actividad 2.1

Elegir alojamiento

**ALBERGUES
MUNICIPALES**
([https://www.caminode
santiago.gal/es/descubre
/el-camino-en-la-
actualidad/la-red-de-
albergues-públicos](https://www.caminode
santiago.gal/es/descubre
/el-camino-en-la-
actualidad/la-red-de-
albergues-públicos))

Una de las opciones más económicas y que suelen elegir los peregrinos, son los albergues municipales. Normalmente, en cada una de las etapas encontramos uno. El precio suele rondar los 5 o 6 € la noche. El problema de estos albergues es que suelen ser un poco limitados. Digamos, que algunos están mejor que otros, pero por lo general están agrupados muchas literas en una misma habitación y para muchas personas pueden llegar a ser agobiantes

Es una de las opciones más baratas si buscas alojamiento en el Camino de Santiago. No obstante, si tienes pensado alojarte en el albergue municipal en cada etapa que hagas, te recomendamos que seas muy rápido porque las plazas se suelen agotar desde por la mañana. Esta es la principal desventaja, por lo demás, están bastante bien para su precio.

Actividad 2.1

Elegir alojamiento

ALBERGUES PRIVADOS

(<https://www.alberguescaminosantiago.com/albergues/>)

Suele ser una de las opciones más elegidas por los peregrinos que quieren descansar mejor o tener más comodidades.

Normalmente, en cada una de las poblaciones por las que pasa el camino nos encontramos con varios los albergues privados, por lo que en general, no hay tanto problema de disponibilidad. Es la mejor alternativa al albergue municipal y aunque sea un poco más caro, suele ser mejor.

Nos encontramos con albergues privados de todo tipo, normalmente, entre 8 y 15 euros la noche. No obstante, no todos los albergues privados son iguales. Los hay con más o menos cosas como lavadora, secadora, habitaciones individuales, compartidas, etc. ¡Algunos incluso tienen piscina!

Actividad 2.1

Elegir alojamiento

ALBERGUES PARROQUIALES

Los albergues parroquiales funcionan por medio del donativo. Son una buena opción a tener en cuenta para quienes no tengan mucho dinero para hacer el Camino de Santiago. Tiene la desventaja de que se suele llenar rápido, porque suele haber muchos peregrinos, pero si alguna vez necesitas echar mano de uno, puedes preguntar a ver si hay este tipo de alojamiento disponible en el lugar de la etapa.



Actividad 2.1
Elegir alojamiento
HOSTALES,
PENSIONES Y
HOTELES

Actividad 2.1
Elegir alojamiento
HOSTALES,
PENSIONES Y
HOTELES

Hostales



Si quieres un tipo de alojamiento para estar más «a tu bola», los hostales son una excelente opción para los peregrinos que busquen más intimidad o comodidades. Los precios de los hostales dependen de muchos factores, pero por lo general rondan los 20 euros la noche. Encontrarás habitaciones individuales y también compartidas, depende de lo que busques y de lo que estés dispuesto a pagar. Pero tampoco es mala opción en el caso de que busques intimidad o estar más tranquilo.

Pensiones



Las pensiones ofrecen un servicio similar a los hostales, aunque por lo general son más económicos. Nos encontramos con pensiones que están enfocadas sobre todo a pasar la noche, teniendo una cama individual y un baño individual o compartido según el precio. Encontramos pensiones por 15 o 20 € la noche en muchas de las etapas del Camino de Santiago, por lo que si algún día quieres pasar la noche tú solo o lejos de las aglomeraciones de otros peregrinos y no quieres saber nada de las literas, son una buena opción.

Actividad 2.1
Elegir alojamiento
HOSTALES,
PENSIONES Y
HOTELES

Hoteles en el Camino



La opción más cara para alojarte en el Camino de Santiago son los hoteles. Ya sabes que en esta ocasión entran en juego las estrellas, porque no es lo mismo un hotel de 1 estrella que de 5 estrellas, pero normalmente, el peregrino tampoco va buscando lujos. Así que si buscas un buen hotel en relación calidad-precio en el que pasar la noche y que te ofrezca desayuno, seguro que encuentras buenas opciones desde los 30 € la noche.

Lo bueno de los hoteles, es que muchos suelen contar con servicio de desayuno o lavandería, ideal si quieres darte un capricho de comer a modo de buffet un día o lavar toda tu ropa en las mejores condiciones.

Actividad 2.1
Elegir alojamiento
CASAS RURALES



Este tipo de alojamiento destaca por el encanto que tiene dentro de lo que es pernoctar en habitaciones privadas con baño.

Sus precios, dependiendo de la calidad del alojamiento suelen rondar sobre los 50 euros la habitación doble.

En general suelen ser antiguas casas de pueblo restauradas o completamente reformadas conservando el estilo rustico de la antigua edificación, una experiencia que siempre agrada al peregrino.

Actividad 2.2

Qué comer en el Camino de Santiago (Camino francés)



Navarra

Una de las variantes del Camino Francés empieza en **Roncesvalles**. Si pasas por **Navarra**, estarás en "la capital mundial de la verdura". La frase no es nuestra, sino del famoso chef Ferrán Adriá. Aquí existen productos como las **alcachofas de Tudela**, los **pimientos de piquillo** o los **espárragos de Navarra** que abren el apetito a cualquiera. Por no hablar de alguno de sus **quesos como el Idiazabal** o el **de Roncal**. Después de comer, verás que es tradicional pedir un licor aromático llamado **pacharán**.

Actividad 2.2

Qué comer en el Camino de Santiago (Camino francés)



Aragón

La otra variante del Camino Francés arranca en Somport. En **Aragón**, el **ternasco** o el **jamón de Teruel** son algunos de los productos más conocidos y no tendrás problemas a la hora de encontrarlos en un restaurante. Como postre, una opción es pedir el famoso **melocotón de Calanda**.

Actividad 2.2

Qué comer en el Camino de Santiago (Camino francés)



La Rioja

Algunos de sus platos insignia son el **bacalao a la riojana**, las **patatas a la riojana** o las **chuletilas al sarmiento**. Pero lo que realmente hace famosa a esta zona son sus vinos conocidos a nivel internacional. Una buena experiencia para catarlos es visitar una bodega que ofrezca menú degustación o si tienes más tiempo apuntarte a un curso de cata.

Actividad 2.2

Qué comer en el Camino de Santiago (Camino francés)



Castilla y León

El Camino Francés pasa por tres regiones de **Castilla y León** que son lugares idóneos sobre todo para los amantes de la carne. En primer lugar, Burgos, donde es más que recomendable pedir **lechazo asado** o **morcilla** acompañados por el **delicioso vino de Ribera del Duero**. En segundo lugar, pasa por Palencia, donde además del lechazo puedes pedir un **guiso de cangrejos** o **codornices estofadas**. Por último, en León los viajeros se van encantados con el **botillo**, la **cecina** o el **cocido maragato**.

Actividad 2.2

Qué comer en el Camino de Santiago (Camino francés)



Galicia

¡Final del Camino! Y una **gastronomía** llena de *tentaciones*: **pulpo "á feira", lacón con grelos, empanada, cocido gallego, pimientos de Padrón, tarta de Santiago** y **marisco fresco** como zamburiñas, nécoras, vieiras (¿te habías fijado que la concha de la vieira es el símbolo del peregrino del Camino de Santiago?). Una experiencia curiosa es probar la bebida típica llamada **queimada**, cuya preparación requiere de todo un ritual en el que se recita un conjuro que aleja a los malos espíritus. Comer bien en **Santiago** es casi tan importante como visitar la **Catedral**...

Anexo 2. Material explicativo para elaborar después el diccionario propio del Camino de Santiago.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago

Santiago fue uno de los doce apóstoles (enviados a predicar) de Jesucristo. Santiago viajó a el fin del mundo (España) a evangelizar pero no fue escuchado y comenzó su viaje de regreso. Cuando estaba a orillas del río Ebro en Zaragoza se le apareció la Virgen y en este lugar se construyó la Basílica del Pilar de Zaragoza.

Cuando llegó a Palestina fue decapitado por orden del rey Herodes. Su cuerpo fue recogido por dos de sus discípulos y llevado a España donde fue enterrado.

Las guerras y la despoblación hicieron que el lugar fuera quedando poco a poco en el olvido.

A principios del siglo IX el ermitaño Pelayo observó unas estrellas que alumbraban el monte Libredón. Avisó al obispo Teodomiro, que identificó el lugar con el sepulcro del Apóstol Santiago.

El obispo se lo comunicó al rey Alfonso II el Casto, que ordena levantar un templo.

El Papa León es informado y la noticia se extiende por toda la Cristiandad europea. El lugar se convierte en Compostela, llamado así por decirse en latín "Campus Stellae", campo estrellado.

¿Quién era Santiago?



Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Principales paradas del Camino

El Camino de Santiago ha sido declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad; Itinerario Cultural Europeo por el Consejo de Europa y ha recibido el título honorífico de Calle mayor de Europa.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago

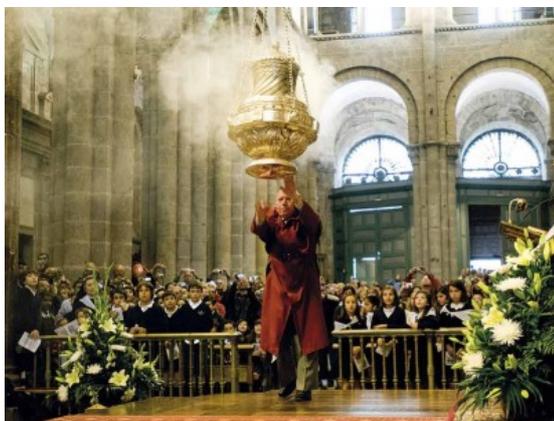


Símbolos del Camino

Compostela. Compostelana

La Compostela es un documento que certifica la peregrinación a Santiago de Compostela. Para conseguir la Compostela se ha debido llegar a Santiago tras 100 kilómetros andando o 200 en bicicleta, como mínimo.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

El botafumeiro. Es un enorme incensario. En la Edad Media, los peregrinos, exhaustos tras hacer el Camino, se aglomeraban en la catedral. Ya que se quedaban a dormir en la catedral. Para luchar contra la acumulación de olores corporales.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

La Cruz de Santiago

Es una cruz latina simulando una espada, con forma de flor de lis en la empuñadura y en los brazos.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

La Tarta de Santiago

Es el postre mas típico de la repostería gallega. Este bizcocho tradicional está elaborado con harina, azúcar, huevos, almendras molidas ralladura de limón y azúcar glasé para la decoración externa.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



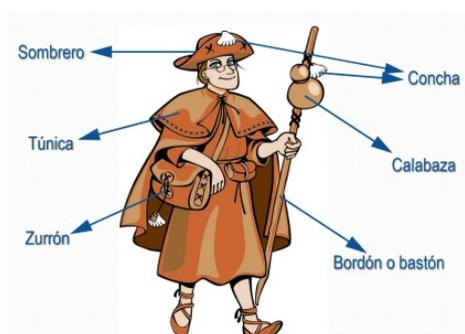
Símbolos del Camino

La vieira. Concha del peregrino

La vieira se encuentra típicamente en la costa del mar en Galicia, es el símbolo del Camino de Santiago, y de sus peregrinos. Antiguamente los peregrinos, al regreso a sus países de origen, lo llevaban puesto encima de su habito o en el sombrero, para comprobar haber llegado hasta Santiago, el objetivo del viaje. El símbolo por excelencia utilizado para llegar a Santiago e indicar el camino correcto a los peregrinos. El Padre Elías Valiña fue conocido por haber señalado con la flecha amarilla todo el Camino Francés.



Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

Los peregrinos.

Viajero que, por devoción o por voto, o por cualquier otro motivo, visita un santuario o algún lugar considerado sagrado. El nombre de 'peregrinos', surge en Compostela porque el trayecto se realiza 'peragrum', es decir, por el campo.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

Mojones. Piedras del camino. Hitos de piedra que indican la distancia que hay desde el punto donde se encuentra colocado y Catedral de Santiago de Compostela.

Actividad 3. Diccionario del Camino de Santiago



Símbolos del Camino

Monte do Gozo

Colina desde donde es el primer lugar que se divisa la ciudad de Santiago de Compostela y coinciden los peregrinos del Camino Norte y Camino Francés. Recibe su nombre por la sensación que produce ver el objetivo final tras un largo recorrido por las rutas jacobeanas.

Anexo 3. Material para la actividad 4.

Vídeo 1. El Caminod e Santiago. Las claves del románico.



Fuente: YouTube. Televisión Española. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=HZmtcy--CjE>

Vídeo 2. Santiago de Compostela.



Fuente : YouTube. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=W2-VNiCeHJc>

Anexo 4. Material para visualizar en la actividad 5



Actividad 5

El botiquín del peregrino



- Analgésicos: aspirina o paracetamol.
- Compeed, tiritas o apósitos para tratar las ampollas y llagas que puedan aparecer.
- Aguja de coser, hilo y unas tijeritas para tratar las ampollas.
- Betadine u otro antiséptico y desinfectante similar para tratar posibles heridas y las ampollas.
- Un poco de alcohol sanitario.
- Gasas esterilizadas, eficaces para la limpieza de heridas
- Vendas para la sujeción de apósitos.
- Esparadrapo para fijar los vendajes.
- Un antidiarreico.
- Crema analgésica antiinflamatoria contra el dolor muscular.
- Antihistamínicos tópicos (barra anti picaduras) u orales. Sirven para calmar las primeras reacciones ante una picadura. En caso de que la picadura produzca una alergia es necesario que acudamos a un centro médico.

Actividad 5

El botiquín del peregrino.
Los imprescindibles del botiquín



Actividad 5

El botiquín del peregrino.
Consejos para los pies

Preparación del Camino

Antes de realizar el Camino de Santiago, los profesionales recomiendan:

- **entrenar previamente** en función de las etapas programadas, para ir acostumbrando los pies;
- utilizar botas de trekking o de montaña, que sujeten bien el tobillo; y,
- cortar las uñas ajustándose a la forma de las mismas y no dejar picos.

Durante el Camino

Antes de iniciar cada etapa, se recomienda **hidratar los pies con crema**.

Otros consejos son:

- evitar lavarlos con agua caliente antes de la ruta, ya que favorece la aparición de ampollas,
 - ajustar adecuadamente el calzado y el calcetín, y
 - proteger los roces, si los hubiera, con apósitos.
- Durante la marcha, se aconseja:
- **utilizar calzado y calcetines habituales** (no estrenarlos),
 - caminar relajado,
 - usar bastones para tener más estabilidad, y
 - descansar entre cinco y diez minutos cada hora.



Actividad 5

El botiquín del peregrino.
Medidas preventivas

No te olvides de:

- Crema de protección solar. (Mínimo FPS 30 y protección UVA, UVB e IR). Hay que tener cuidado al extenderla por la cara, ya que con el sudor puede resbalar por la frente y acabar irritándonos los ojos.
- Barra de caca o labial.
- Un repelente contra insectos.
- Vaselina para evitar rozaduras en nalgas o pies.
- Protector solar.
- Crema hidratante para aplicar en la piel, a modo de bálsamo, tras el esfuerzo.
- Glucosport para prevenir agujetas y "pájaras".