



Adquisición de léxico en francés para el turismo a través de una WebQuest



Mercedes Sanz Gil¹ ·  <https://orcid.org/0000-0003-2163-9439>

Universitat Jaume I



Departament de Filologia i Cultures Europees, Avda. de Vicente Sos Baynat s/n, 12071, Castelló de la Plana, Spain

ABSTRACT

Article history

Paper received: 26 February 2019
Paper received in revised form
and accepted for publication:
07 November 2019

Keywords

Tourism and the Internet, hotel management vocabulary, Webquest, French language, foreign languages learning

Palabras clave

Turismo e Internet, léxico de la gestión hotelera, WebQuest, lengua francesa, aprendizaje de lenguas extranjeras

The growing flow of the foreign Tourism to Spain demands competent and well-trained professionals. One of the fundamental areas of training is foreign language, and therefore, they must dominate both: the general language and the specific one that implies the precise knowledge of a specialized lexicon not always easy to acquire.

To respond to the training needs in foreign languages we present other ways to discover the lexicon of tourism in French language, specifically that of hotel management. The criterion of selection of these terminological section has been determined, firstly, by the verification of the significant presence of Francophone tourists in Spain at present; secondly, by the specificity, frequency and difficulty of acquisition of this type of lexicon in professional practice; and, finally, by the interest of taking advantage of specific lexicographic tools already available on the web.

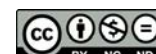
For this purpose, we present a *WebQuest* called *À la recherche du lexique de la gestion hôtelière*, which contains a series of guided activities that facilitate the discovery and acquisition of the lexicon of hotel management in its real use.

RESUMEN

El flujo creciente de turismo extranjero en España demanda profesionales competentes y bien preparados. Una de las áreas fundamentales de formación de estos últimos son las lenguas extranjeras, y por ello, deben dominar tanto la lengua general como la específica que implica el conocimiento preciso de un léxico especializado no siempre fácil de adquirir.

Para dar respuestas a las necesidades formativas en lenguas extranjeras presentamos otros caminos para descubrir el léxico del turismo en lengua francesa, concretamente el de la gestión hotelera. El criterio de selección de dicha parcela terminológica ha venido determinado, en primer lugar, por la constatación de la importante presencia de turistas de origen francófono en España en la actualidad, en segundo lugar, por la especificidad,

¹ Corresponding author · Email: sanzg@uji.es



frecuencia y dificultad de adquisición de este tipo de léxico en la práctica profesional; y, finalmente, por el interés de aprovechar herramientas lexicográficas específicas ya disponibles en la web.

Con esta finalidad presentamos una *WebQuest* llamada *À la recherche du lexique de la gestion hôtelière* que contiene una serie de actividades guiadas que facilitan el descubrimiento y adquisición del léxico de la gestión hotelera en su contexto de uso real.

1. Introducción

No hay duda de que el turismo, sector básico de la economía actual española, es un fenómeno multidimensional que se puede observar y analizar desde diferentes puntos de vista: económico, geográfico, político, sociológico, psicológico o lingüístico (Maciá, 2005: 1869-1878). La tipología de productos turísticos es extremadamente amplia y variada, y por lo tanto, muy compleja. Dichas particularidades, a la vez que lo enriquecen, también dificultan su delimitación y su estudio.

La *Organización Mundial del Turismo* (OMT), en el glosario sobre el turismo que ofrece en su página web, lo define como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de las personas desde su lugar de residencia habitual por diversos motivos:

Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure.

Para poder realizar las actividades a las que se refiere esta definición, es necesario reservarlas y gestionarlas y, para ello, tanto los estudiantes y profesionales del turismo como los clientes precisan conocer y utilizar un léxico específico difícil de adquirir por su propia naturaleza cambiante, puesto que no deja de evolucionar. En este sentido, desde el punto de vista lingüístico, conviene tener en cuenta que, en la era de Internet en la que las fronteras lingüísticas entre lenguas se diluyen, el sector turístico y su discurso se han transformado radicalmente, como lo demuestra, por ejemplo, la gran presencia de neologismos y préstamos que encontramos en el discurso turístico, muchos de ellos provenientes del inglés. A modo de ejemplo, Planelles (2016: 175) cita entre otros: *over booking, low cost, business class, package, discount, twin room, planning, check-in/out, voucher, etc.*

Efectivamente, los nuevos sistemas informáticos de tratamiento de la información y de las reservas y distribución de los servicios turísticos han provocado y provocan grandes cambios de costumbres y lenguaje a los que es necesario adaptarse y para los que hay que preparar a los estudiantes que serán los futuros profesionales del sector. Ya en 2010 el diario *El País* sección *CiberP@ís*², citado por Suau (2012) advertía de este cambio de hábitos y usos:

² Artículo del 29/10/2010.

La red se ha convertido en una especie de agencia de viajes, en un sistema de promoción publicitaria de lugares y emplazamientos, en un punto de encuentro para conversar sobre las experiencias del viaje y, por supuesto, en un marco de interacción comunicativa inédito y apasionante para el estudioso del lenguaje.

No podemos negar que España es uno de los primeros destinos turísticos del mundo. Según los datos presentados en el informe del 5 de julio de 2018 del *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo* sobre las previsiones del turismo para el verano de 2018, nuestro país fue el segundo más visitado en 2017 después de Francia. Es, además, uno de los principales destinos extranjeros elegido por los visitantes franceses para sus desplazamientos estivales. Según el *Portal de Estadísticas*, la cifra anual de turistas franceses que visitaron España en 2016 y 2017 se mantuvo por encima de los 11 millones, situándose como segundo mercado emisor para España (10.767.308 de visitantes franceses en 2016) según el *Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital*, tras el Reino Unido (16.961.140 de visitantes ingleses en 2016 según esta misma fuente).

Estos datos, añadidos a la vecindad geográfica de Francia y la cercanía de otros países francófonos como destinos del turista y empresario español, justifican que en los estudios universitarios de Turismo actuales en España nos encontremos con un escenario formativo en el que el francés represente, después del inglés, la lengua extranjera más demandada por los estudiantes, por lo que, se hace necesario que estos futuros profesionales del turismo españoles sean capaces de comunicarse de forma eficaz en lengua francesa además de en otras lenguas extranjeras.

Sin embargo, no solo es necesario comunicarse en lengua francesa en contextos generales y cotidianos sino dominar también el lenguaje específico de los diferentes ámbitos del turismo, entre ellos el de la gestión hotelera, primordial para la realización de transacciones comerciales entre agencias y clientes. Por otro lado, esta necesidad se justifica, igualmente, por el hecho de que el establecimiento hotelero es el medio de alojamiento elegido de forma mayoritaria por el turista francés. Además, es importante señalar que este último, como la mayoría de viajeros, agradece ser recibido e informado en su propia lengua. En este sentido, el profesional del turismo, en general, y el de alojamientos, guías y restauración, en particular, desarrolla un papel fundamental para lograr la satisfacción del cliente extranjero que ha contratado un determinado producto. Concluyendo, la profesionalidad de nuestros expertos en turismo, que incluye el conocimiento de la lengua del turista, es clave para el éxito de la fidelización de la clientela extranjera (Baynat, Dolón *et al.*, 2016).

Uno de los grandes desafíos del profesorado de lenguas extranjeras para el turismo es, en consecuencia, la enseñanza de un léxico muy específico -el de la gestión hotelera- pero a la vez fundamental puesto que se trata de un vocabulario básico y frecuente cuyo dominio garantiza el buen hacer profesional en este ámbito. Sin embargo, es a su vez, uno de los campos léxicos que más cuesta adquirir debido a su naturaleza híbrida e interdisciplinar y la dificultad añadida de su adecuado uso en contexto. No obstante, enseñar la lengua francesa del turismo es algo más que explicar gramática o presentar un listado de vocabulario. El docente debe adecuar la enseñanza de la lengua al contexto profesional, adaptándose al nivel y a las futuras necesidades de los alumnos, de modo que el objetivo último sea que el aprendiz conozca y sepa desenvolverse en las situaciones reales de comunicación a las que se enfrentará en el futuro

mercado laboral. En este sentido, conviene trabajar competencias específicas de cada situación de comunicación que comporten el desarrollo del componente lingüístico y cultural:

[...] ultimamente [...] il mondo del turismo è solcato da significative trasformazioni, e si osserva una crescente attenzione per gli aspetti culturali; un'adeguata competenza interculturale, sia sul versante dell'interazione quotidiana, sia della cultura "elevata", diventa quindi essenziale non solo per i professionisti del settore, ma anche per affrontare l'esperienza turistica in modo consapevole. (Calvi, 2016: 22)

Sin duda, esta competencia intercultural de la que habla Calvi, entendida como la capacidad de acceder y comprender la cultura del otro, es fundamental en las enseñanzas de lenguas con finalidades específicas en las que los registros especializados se desarrollan atendiendo a las necesidades propias del individuo y de la colectividad que representa, tal y como afirma Caspar (1991: 12-13):

L'acquisition d'une autre langue ne constitue que l'un des facteurs de communication et de coopération avec des "étrangers" (...). La première condition consiste à faire l'effort de connaître et de comprendre, a minima, les fondements et les déterminants de la culture de l'autre.

Con el fin de dar respuestas a las necesidades formativas en lenguas extranjeras de los futuros profesionales del turismo, en el presente trabajo, proponemos un itinerario de aprendizaje de la lengua francesa para el turismo centrado en la adquisición y dominio del léxico de la gestión hotelera en contexto real y desde una perspectiva intercultural. Con ello pretendemos facilitar la tarea de docentes y aprendices de los estudios de turismo. Hemos diseñado, bajo el formato de *WebQuest*³, una serie de actividades centradas en el conocimiento y uso del léxico de la gestión hotelera en lengua francesa en la Red, que pueden ser extrapolables a otras lenguas. Para ello, se ha tomado como punto de partida el léxico de la gestión hotelera recogido en el *Diccionario Multilingüe de Turismo*, elaborado en 2014 por el grupo de investigación COMETVAL⁴ de la Universidad de Valencia y basado en ejemplos de uso reales obtenidos de páginas web privadas de promoción hotelera. Dicho diccionario, disponible como contenido abierto en Internet, contiene entradas en tres lenguas (castellano, francés e inglés) con sus definiciones, equivalencias, sinónimos, colocaciones y términos relacionados.

Nuestro principal objetivo es, en definitiva, proporcionar herramientas y recursos lingüísticos de aprendizaje en línea, útiles y prácticos para que los estudiantes y profesionales del turismo españoles puedan ser competentes en lengua francesa y en diferentes lenguas extranjeras.

³ Según Dodge (1995), creador de esta metodología de aprendizaje, una *WebQuest* es "una actividad de investigación guiada en la que la información utilizada por los alumnos proviene total o parcialmente de recursos de Internet. Están diseñadas para aprovechar el tiempo de los estudiantes, para centrarse en usar la información más que en buscarla y para apoyar el pensamiento de los estudiantes en los niveles de análisis, síntesis y evaluación".

⁴ COMETVAL (Corpus Multilingüe de Turismo de la Universidad de Valencia). Proyecto: Análisis léxico y discursivo de corpus paralelos y comparables (español, inglés y francés) de páginas electrónicas de promoción turística. FFI2011-24712, Ministerio de Economía y Competitividad, 2012-2014.

2. El léxico del turismo: la gestión hotelera

En la sociedad actual se hace imprescindible una adaptación de los trabajadores de todos los sectores a las nuevas y crecientes necesidades del mercado laboral. Por un lado, asistimos a una diversificación de los dominios profesionales que son cada vez más punteros (aeronáutica, telecomunicaciones, inteligencia artificial, etc.) y, por otro lado, se observa en el mercado actual un incremento, en general, de las demandas de mejora de las competencias en lengua extranjera, principalmente, con fines específicos.

La lengua de especialidad presenta las mismas categorías gramaticales y tipos de frases que la lengua general, pero está compuesta, igualmente, por elementos específicos, inherentes a cada ámbito laboral, entre los cuales, el léxico ocupa un puesto privilegiado, aunque no exclusivo. A finales del siglo pasado, Cabré (1998) definía las lenguas de especialidad como los instrumentos de base de los especialistas y afirmaba que la terminología era el aspecto más importante que diferenciaba, por un lado, las lenguas de especialidad con la lengua general y, por otro, las diferentes lenguas de especialidad entre sí.

Según el *Consejo de Europa* (1986: 1) se trata de conocer un sublenguaje caracterizado por “...*the distinctive specialization of syntax and the occurrence of domain-specific Word subclasses in particular syntactic combinations*”. Varella (2007: 328-29) añade que la diferencia básica radica en que los estudiantes de la lengua extranjera general pretenden aprender este idioma para comunicarse en la vida cotidiana, mientras que las personas interesadas en aprender y conocer la lengua de especialidad se valen del idioma extranjero para alcanzar otra meta: la mejora de su competencia profesional.

Tal y como afirma Suau (2012: 126), el discurso turístico forma parte de las llamadas lenguas de especialidad, producto de la “actividad comunicativa de una comunidad discursiva concreta”. En este sentido, la autora considera el lenguaje del turismo como un “ergolecto, lenguaje de trabajo o discurso profesional” que se caracteriza por tener unas “funciones comunicativas y unos conceptos propios”, lo que le confiere una “identidad estructural y léxico-semántica” que lo diferencia de otros lenguajes especializados.

En efecto, el entorno turístico es particularmente pluridisciplinar y engloba o se relaciona con una gran cantidad de ámbitos muy diversos y dispares. Para analizar los tipos de discursos de que se compone se debe contemplar la importación de otros géneros y el léxico procedente de diversos ámbitos, entre otros, el de la economía y el comercio. Así, la lengua del turismo tiene que ver con la empresa, el marketing, los recursos humanos, los seguros, el patrimonio histórico-artístico y cultural, la gastronomía, la hostelería y la restauración, el ocio, la geografía, los medios de transporte, la salud y las enfermedades, los trámites burocráticos, la vida cotidiana (información sobre el tiempo, el horario, cómo llegar a un museo, etc.). Además, en cuanto a la comunicación escrita, se relaciona también con el ámbito de la empresa: escritura de cartas, faxes, contratos, facturas, etc. o la redacción de distintos tipos de documentos turísticos (guías, folletos, circuitos, etc.). En lo que se refiere a la comunicación oral, esta se produce en situaciones muy diversas que conllevan, a su vez, distintos actos de habla: en la recepción de un hotel, en el mostrador de una estación, de una agencia de viajes o de un museo, en el departamento de animación de un hotel, entre profesionales del turismo, etc. Por último, no basta con aprender

una lista de vocabulario y una gramática para poder desenvolverse en la otra lengua en un determinado ámbito especializado de un modo eficaz, es preciso conocer también el funcionamiento de las realidades y las estructuras turísticas de los diferentes países en los que se habla la lengua objetivo de estudio, pues de nada servirá que aprendamos, por ejemplo, las palabras francesas *Syndicat d'Initiative* o *gouvernante*⁵ si no entendemos el contexto particular en que se enmarcan y cómo funcionan.

Todo ello hace del aprendizaje de una lengua extranjera para el turismo una actividad compleja, principalmente porque, como ya se ha explicado, abarca un campo muy extenso, múltiples ámbitos que habrá que comprender y para cuyo dominio habrá que adquirir diferente vocabulario y habilidades comunicativas, así como desarrollar distintas destrezas que permitan al aprendiz su uso adecuado de dicha lengua en contexto.

En la misma línea, Calvi (2010: 9-32) confirma la relevancia y necesidad del estudio del vocabulario específico del ámbito del turismo que, como explica, participa y se nutre de vocabulario de otros lenguajes especializados: "El léxico turístico asimila una terminología amplia procedente de diversos campos (geografía, economía, historia del arte, etc.)" (Calvi, 2000: 1). Esto -añade Calvi- además de dificultar su aprendizaje, deriva en una gran diversificación de sus variaciones y en hacer que su delimitación y clasificación se conviertan en una tarea complicada: "es muy difícil trazar líneas de demarcación precisas en torno a un área léxica en ebullición como el fenómeno que describe" (Calvi, 2000: 2). A ello debemos añadir la gran cantidad de anglicismos y extranjerismos incorporados y utilizados con frecuencia en este tipo de discurso.

Como dice Battaner (2017: 7), "el léxico es un océano sin límites, desconocido en toda su inmensidad" y "tener un mínimo de vocabulario es tener una tabla de flotación". Siguiendo con esta metáfora marina, la autora añade "que luego esa tabla de flotación se convierta en base de operaciones, depende del profesor y del estudiante, que ya por su cuenta, se adentre en alta mar". En el contexto que nos ocupa, esa "tabla de flotación" debe estar compuesta por vocabulario específico de la lengua estudiada pero también por una gran cantidad de neologismos provenientes en su mayoría de otras lenguas que se va incorporando a la lengua día a día, proceso acelerado por el uso generalizado de Internet para todo tipo de actividades lúdicas y profesionales.

El estudiante de turismo, y futuro profesional del sector, necesita, en efecto, conocer esta terminología propia para poder comunicarse como un verdadero especialista. Para ello, tiene que adquirir una competencia comunicativa científica compuesta por dicho léxico específico. Sin embargo, en la actualidad las líneas de investigación en este ámbito permiten concluir que la lengua específica no es un producto sino un enfoque particular. Este enfoque considera el aprendizaje como un proceso interno, íntimamente relacionado con las destrezas y los conocimientos que el alumno posee y que dependen, en gran medida, de su habilidad y motivación a la hora de ponerlos en práctica. Por todo ello, es muy importante conocer y

⁵ *Syndicat d'initiative*: organismo oficial que ofrece información turística y actividades de ocio en los diferentes municipios franceses.

Gouvernante: persona responsable del servicio de limpieza de un hotel.

observar el contexto y la situación en los que se desarrolla dicho aprendizaje. Así pues, como ya dijimos anteriormente, este léxico debe ser adquirido en su contexto de uso y no de manera aislada o aséptica.

El alumnado que cursa en la actualidad el *Grado de Turismo* en la Universidad Española tiene un nivel de dominio de lenguas extranjeras muy diverso y heterogéneo y, por ello, es necesario ofrecerle métodos y herramientas de aprendizaje alternativos o complementarios cuya versatilidad permita adaptarse a las diferentes necesidades y modos de aprender. Como explican Aragón, Eurrutia y Planelles (2006), es preciso tener muy en cuenta factores como la motivación del alumnado por aprender, para qué necesitan aprender, quiénes son, cuál es su actitud hacia el idioma, de qué recursos disponen, dónde va a producirse el aprendizaje, cuándo va a llevarse a cabo el proceso y toda una amplia gama de factores diversos.

Según Bernabé y Cantón (2012), y como ya se ha apuntado anteriormente, no se trata de enseñar una lengua “distinta” a la que pudiéramos utilizar en situaciones normales de la vida cotidiana, sino de “acercarla a esas otras situaciones de comunicación que son específicas del sector del turismo [...] un léxico específico y un conjunto de giros y expresiones propias a cada lengua en estas situaciones específicas de comunicación”. Insistimos en la necesidad de aprender no sólo la gramática y el léxico, sino también contenidos socioculturales y destrezas comunicativas específicas que harán que el futuro profesional del turismo desempeñe su labor con eficacia frente a un cliente extranjero. Si quiere aconsejarle e informarle correctamente y que este último quede satisfecho, al finalizar sus estudios de lengua extranjera para el turismo, el aprendiz, además de haber adquirido las competencias lingüísticas básicas de la lengua extranjera, deberá conocer su uso real y contextualizado y estar al tanto de aspectos socioculturales intrínsecos como, por ejemplo, la diferencia horaria con respecto a las comidas en los diversos países donde se hablan dicha lengua o los horarios de apertura y cierre de los comercios y bancos o saber utilizar adecuadamente las fórmulas de cortesía y los diferentes registros de lengua en cada situación, etc.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente, las características intrínsecas al lenguaje turístico lo convierten en un objeto de estudio interesante y necesario, no solamente desde el punto de vista meramente lingüístico sino también con vistas a la mejora de la promoción y la gestión de productos y servicios, puesto que la riqueza e ingeniosidad léxica pueden ser decisivas en el mayor o menor éxito de las diversas acciones o actuaciones emprendidas. En consecuencia, pensamos que los estudiantes de turismo, futuros profesionales del sector deberían conocer en profundidad dicho léxico en otras lenguas de un modo contextualizado y saber manejarlo para captar y atender mejor a una clientela extranjera cada vez más numerosa y, en definitiva, para ser competentes y eficaces en el mercado actual. Nuestro objetivo como docentes es, por lo tanto, que el alumnado tenga las herramientas necesarias para alcanzar los objetivos citados anteriormente, entre ellas el manejo del léxico de la gestión hotelera, para poder desenvolverse en las situaciones reales de comunicación a las que se enfrentará en el futuro mercado de trabajo.

3. Propuesta de itinerario de aprendizaje del léxico de la gestión hotelera

La propuesta didáctica que se presenta a continuación pretende ofrecer a los estudiantes de turismo un itinerario alternativo y complementario de aprendizaje del léxico de la gestión hotelera en francés usado en la actualidad que, aunque tenga como objetivo último la adquisición de un determinado vocabulario en contexto, contempla también otros factores del aprendizaje global de la lengua de estudio, como se ha mencionado anteriormente. Todo ello utilizando como base el lenguaje utilizado en Internet como recurso y como fuente, algo absolutamente necesario en la enseñanza actual, tal y como explica Planelles (2016: 193):

En una época en la que las redes sociales, en general, y las páginas web de comparadores o de empresas turísticas, en particular, ocupan un lugar importantísimo en la industria de los productos turísticos, la inclusión de la tecnología en la tarea de enseñanza/aprendizaje de una lengua extranjera resulta obligada tanto por parte del profesor como del estudiante [...]

Para concebir este itinerario hemos partido del enfoque sociocognitivista de Temmerman (2000: 60) quién, tal como explica Bonomi (2014: 12-27), está “centrado en la idea de que cada término y cada concepto no existen como unidades independientes y aisladas del contexto discursivo, sino en relación con su función dentro del texto y del perfil del usuario”. Según Battaner (2017), este léxico es necesario abordarlo desde un punto de vista multidisciplinar, teniendo en cuenta “sus amistades semánticas, morfológicas, sintácticas”.

Como hemos anunciado en la introducción de este artículo, hemos tomado como punto de referencia las entradas en lengua francesa del *Diccionario Multilingüe de Turismo* creado por el equipo COMETVAL en el año 2014 a partir de un corpus de páginas web promocionales de alojamientos franceses y canadienses. Según Artusi, Baynat, Cantón y otros, (2014) dicho corpus de partida estaba formado por aproximadamente un millón de palabras de las que seleccionaron las más representativas para la creación del diccionario, teniendo en cuenta criterios de frecuencia y uso en contexto, principalmente: “La selección de las voces en las entradas se ha llevado a cabo a partir de la atenta observación de los corpus en versión original, teniendo presente la frecuencia de las voces y su importancia en el ámbito léxico”⁶.

Para crear la presente propuesta didáctica, se ha tomado como base la clasificación previa del léxico seleccionado por el subequipo de COMETVAL que se ocupó del campo de la gestión hotelera del citado diccionario (Baynat, 2017). Dicha clasificación, que incluimos como imagen en anexo, se encuentra organizada en doce bloques temáticos que contienen cada uno de ellos, tanto unidades simples (una única palabra) como unidades compuestas (varias palabras) y recoge los términos en lengua francesa registrados en el diccionario, aunque para la propuesta didáctica que presentamos más adelante no se ha utilizado en su totalidad. Estos bloques temáticos están etiquetados como: documentación; gestión de reservas; facturación y pagos; tarifas, promociones y ofertas; tipos de clientes; gestión de entrada o *check-in*; gestión de salida o *check-out*; atención al cliente; capacidad, estancia, ocupación y acomodación; horarios y fechas; políticas medioambientales y hoteleras y finalmente, regímenes de alojamiento.

⁶ Cita extraída de la introducción del diccionario publicada en el sitio web.

Con estos ingredientes de base, por una parte, un enfoque sociocognitivista que promueve una metodología basada en el aprendizaje por observación y por descubrimiento y, por otra, el manejo del *Diccionario Multilingüe de Turismo* en red, la receta resultante, es decir, la herramienta elegida para nuestro planteamiento didáctico, no podía ser otra que la *WebQuest*, puesto que responde a dichas características y es considerada, según los términos de Bernie Dodge (1995), su creador, como “una actividad de investigación en la red”.

La *WebQuest* que hemos diseñado para el aprendizaje del léxico de la gestión hotelera lleva por título *À la recherche du lexique de la gestion hôtelière*⁷ (en español *En busca del léxico de la gestión hotelera*). Dicho título hace un doble guiño intertextual: por una parte nos recuerda a la gran obra de la literatura francesa *À la recherche du temps perdu* (en español *En busca del tiempo perdido*) de Marcel Proust y, por otra, al propio significado del término *WebQuest*, procedente de la combinación de *Web* (espacio virtual, Internet) y *Quest*, derivada en inglés del término latino *Quaesta*, que a su vez ha dado lugar en francés a *Quête*, que significa “búsqueda”, es decir, una búsqueda en Internet.

Mostramos a continuación la página principal de la *WebQuest* creada:



Imagen 1. Página principal de la *WebQuest*

Hemos mencionado anteriormente el término “formato” para aludir a las *WebQuest* ya que estas presentan una estructura prefijada, la cual responde a la investigación guiada que las caracteriza. Los componentes fundamentales de esta estructura, tal y como se puede observar en la imagen precedente, son:

- **Introducción** (*Introduction*), en la que se presenta el tema y la necesidad y/o interés para el aprendiz de adentrarse en él;
- **Tarea principal** (*Tâche*), presentada a modo de reto, enigma, problema para resolver, etc.;
- **Proceso** (*Processus*), fase en la que se explican las diferentes actividades que es necesario llevar a cabo para resolver la tarea principal. Para ello se facilitan al aprendiz diversos recursos en red en los que

⁷ Esta *WebQuest* actualizada se encuentra albergada y disponible en <https://sites.google.com/uji.es/lexiquegestionhoteliere>

podrá encontrar las respuestas o las herramientas que le ayudarán a realizarlas;

- **Evaluación** (*Évaluation*), presentada normalmente en forma de parrilla de autoevaluación. Se le muestra al alumno como una herramienta que le permitirá conocer de antemano cómo se valora el grado de cumplimiento de los objetivos planteados en las actividades y/o tarea principal;
- **Conclusión** (*Conclusion*) y reconocimiento de **Créditos** (*Crédits*), que cierran normalmente esta estructura;
- **Guía docente** (*Guide pédagogique*), que puede ser incluida de manera opcional, en la cual el creador o creadores de la *WebQuest* explica/n los planteamientos metodológicos que subyacen en el diseño de las actividades incluidas y/o sugiere/n otras maneras de trabajarla.

Tal y como se especifica en la página principal de la *WebQuest*, esta última está diseñada para estudiantes de francés profesional como lengua extranjera. El nivel de partida sobre el conocimiento de la lengua francesa que aconsejamos para realizarla es un B1, según la escala del *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*, es decir, el de un aprendiz que puede comunicarse en francés, sin problemas, en situaciones de la vida cotidiana "*Vous apprenez le français et vous le parlez couramment sans problèmes? Bravo!*" (cf. Imagen 2).

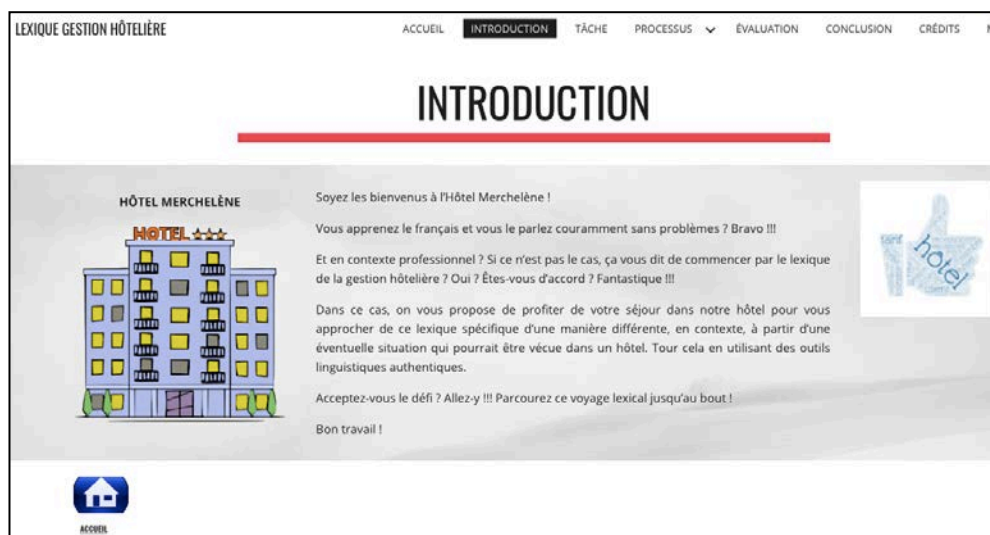


Imagen 2. Apartado introducción de la WebQuest

Esta introducción sitúa al aprendiz en un contexto profesional real (estancia en un hotel en entorno francófono) hablándole directamente con un lenguaje directo, empático y cercano, identificando sus necesidades lingüísticas (se desenvuelve fácilmente en francés cotidiano, pero es posible que en el ámbito profesional no ocurra lo mismo) y sugiriéndole aceptar un reto que le llevará a descubrir, en un primer momento, y dominar, finalmente, el léxico de la gestión hotelera. Para ello, en la tarea principal que se le propone se simula una situación que puede darse en un hotel en la que el estudiante es el protagonista. En dicha simulación, nuestro estudiante español acaba de terminar una supuesta estancia de prácticas de 6 meses en un hotel francés, exigida para sus estudios, y ha sido contratado posteriormente para trabajar allí otros 6 meses. Durante este periodo una de sus responsabilidades será ayudar a otros estudiantes españoles que, como él, harán prácticas en este hotel (cf. Imagen 3).



Imagen 3. Presentación de la tarea principal de la Webquest

Como tarea principal de la *WebQuest*, el estudiante deberá completar una tabla que recoja el mayor número de palabras y expresiones (*mots et expressions*) relacionadas con la gestión hotelera, teniendo en cuenta las características de uso (*définitions*), el contexto en el que se utilizan (*exemples*) y sus equivalencias en otras lenguas (*équivalences en langue maternelle y équivalences en d'autres langues*). La justificación que se da al alumno para mostrarle la necesidad de rellenar dicha tabla es que esta servirá de referencia y consulta para los nuevos estudiantes españoles que van a realizar las prácticas en un futuro en el mismo hotel (cf. Imagen 4).

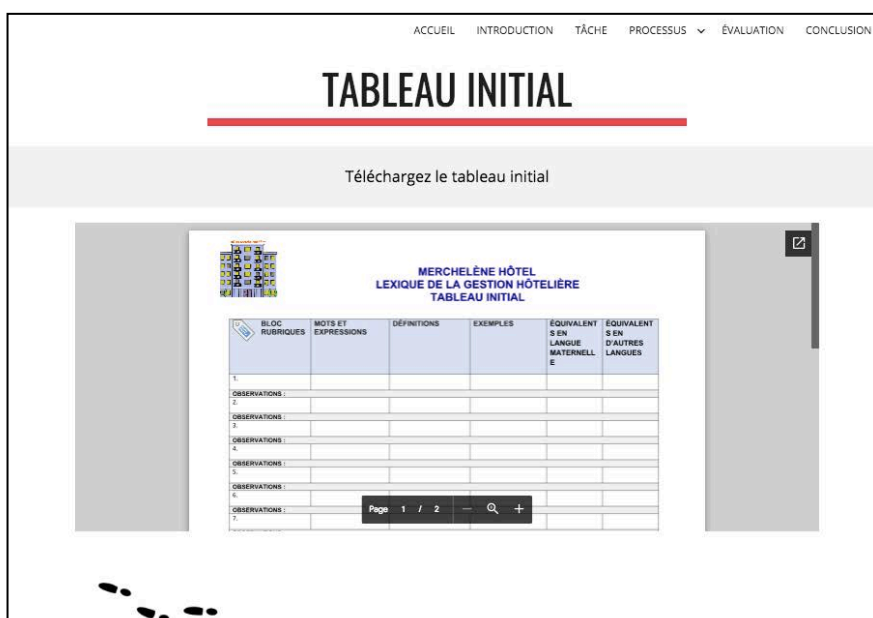


Imagen 4. Tabla inicial de referencia para completar

Tras la exposición de la tarea, el apartado de **Proceso** (*Processus*) detalla los pasos que el estudiante debe seguir para realizarla proporcionándole ayudas metodológicas que le facilitarán

el trabajo, tales como ofrecerle la posibilidad de descargar la tabla que le servirá de plantilla para rellenar con los resultados obtenidos tras la realización de las diferentes actividades, o sugerirle la consulta de los diccionarios proporcionados para una mejor comprensión de las instrucciones.

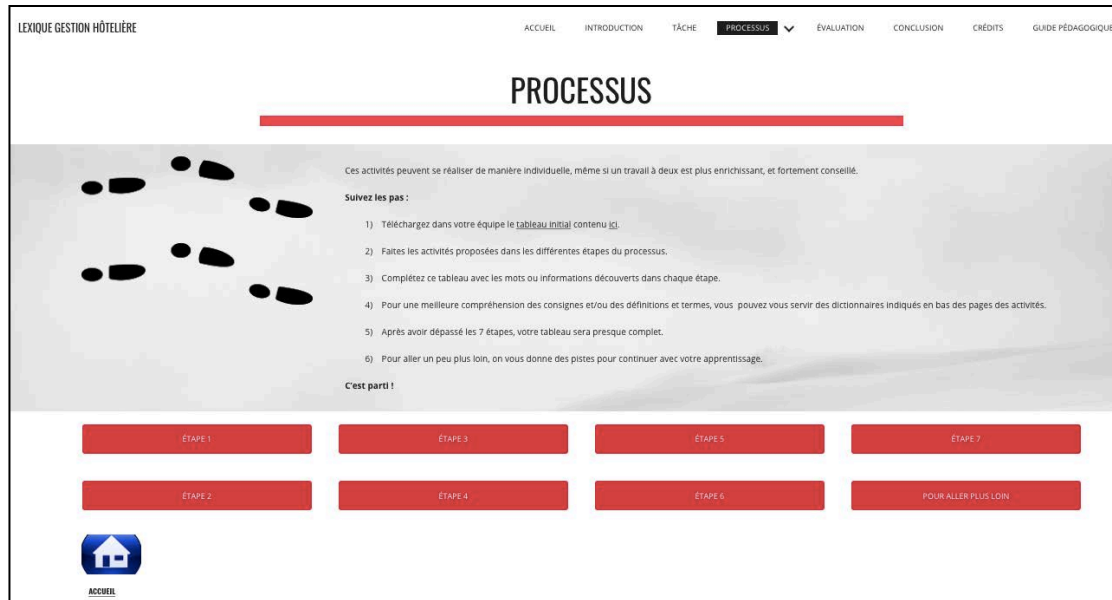


Imagen 5. Apartado de Proceso

Esta pantalla de **Proceso** (cf. Imagen 5) incluye 7 actividades con las que enlaza, presentadas como etapas de un viaje y completadas con una sugerencia de actividades adicionales para ampliar conocimientos *-Pour aller plus loin-*, que permitirán al estudiante continuar con el aprendizaje del léxico de la gestión hotelera (y de otros ámbitos) una vez finalizado el trabajo de la *WebQuest*.

Como se puede observar en las imágenes 2, 3 y 5, cada una de las pantallas presenta en la parte inferior izquierda el icono de una casa con la palabra *Accueil* en la base. Todo usuario de Internet identifica cualquier icono o palabra colocados en esta posición como aquel elemento que enlaza con la página principal del sitio por el que está navegando, independientemente del conocimiento o no del significado de la palabra. En nuestro caso, hemos elegido estratégicamente esta palabra puesto que es imprescindible conocerla y utilizarla en el ámbito del turismo en general y, especialmente, en el contexto hotelero. En efecto, *accueil* es la “recepción” entendida en su sentido más amplio de “acogida”, “recibimiento”, “bienvenida”, por lo tanto, el conocimiento multimodal que posee el estudiante actual de turismo, podríamos decir que nativo digital, le permitirá aprender este término sin el menor esfuerzo, extrapolándolo después al ámbito profesional.

Del mismo modo, siguiendo con este tipo de referencias multimodales y contextuales, en la fase de **Proceso** (*Processus*), se utiliza la simbología de los pasos (cf. Imagen 6) como elemento de enlace entre la pantalla que indexa las diferentes etapas. En este sentido, se invita al aprendiz a “seguir los pasos” (*Suivez les pas*) (cf. Imagen 5) del camino pedagógico que va a recorrer.

Las 7 etapas del itinerario recuperan el título general (*À la Recherche du lexique de la gestion hôtelière*) y retoman, cada una de ellas, la idea de búsqueda en la expresión literaria francesa *À la recherche de*: “en busca de” una definición, actividades de la gestión hotelera, descripciones, palabras clave, herramientas lingüísticas, léxico en la web o sinónimos. A modo de ejemplo, mostramos a continuación (Imagen 6) la actividad propuesta en la etapa 1 (*À la recherche d'une définition*):

LEXIQUE GESTION HÔTELIÈRE ACCUEIL INTRODUCTION TÂCHE PROCESSUS ÉVALUATION CONCLUSION CRÉDIT

ÉTAPE 1

À LA RECHERCHE D'UNE DÉFINITION

D'après vous, qu'est-ce que c'est la gestion hôtelière? Choisissez la meilleure définition.

a) Ensemble d'opérations réalisées par le/la réceptionniste ou le/la comptable d'un hébergement touristique pour établir la facture complète des clients.

b) Ensemble d'activités en rapport avec l'administration d'un hôtel soit dans sa globalité, soit dans une de ses fonctions.

c) Gestion entre un hébergement touristique et un client pour réserver un séjour, un service ou une table de restaurant.

d) Prestation fournie aux clients dans un établissement hôtelier.

LAROUSSE Dictionnaires de Français Larousse

GDT Le grand dictionnaire terminologique Le Grand Dictionnaire Terminologique

Reverso Dictionnaire traducteur multilingue Reverso

VÉRIFIER

Imagen 6. Ejemplo de actividad propuesta en la etapa 1

Estas etapas pretenden guiar al alumno desde lo general a lo más particular y preciso, contextualizando el tema partiendo de una definición general del concepto de gestión hotelera (etapa 1), pasando por la identificación de los 12 bloques temáticos (etapa 2) recogidos en el *Diccionario Multilingüe de Turismo* (COMETVAL, 2014) y mencionados al principio de este apartado con sus respectivas descripciones (etapa 3) o reconociendo y definiendo palabras a partir de ejemplos reales extraídos de páginas web (etapas 4 y 5) para finalizar con la búsqueda de términos y sinónimos en páginas web de hoteles reales (etapas 6 y 7). Cada una de las etapas presenta, en el pie de pantalla, enlaces a tres diccionarios en línea que el aprendiz puede utilizar en caso de tener alguna dificultad de comprensión de las instrucciones o conceptos:

- *Larousse*: clásico e imprescindible diccionario de referencia de la lengua francesa;
- *Le Grand Dictionnaire Terminologique*: elaborado por la Oficina de la Lengua Francesa de Québec, presenta las entradas léxicas identificando los diferentes ámbitos de uso (informática, medicina, economía, turismo, tecnologías, ingeniería, etc.);
- *Reverso Dictionnaire*: diccionario multilingüe, de utilidad para que el estudiante de francés, independientemente de su lengua de origen, pueda tener la traducción de los términos que necesite en su propio idioma.

La diversidad lingüística y cultural del aprendiz de francés que pueda utilizar esta *WebQuest* es un factor que se ha tenido presente en el diseño de las actividades, incorporando en algunas de ellas, preguntas o sugerencias de tareas que invitan a los usuarios a identificar equivalencias con su lengua materna, reflexionar sobre ella y, de manera contrastiva con la francesa, buscando puntos de encuentro, de distancia o simplemente particularidades asociadas a los términos trabajados.

Las etapas finales incorporan, además, como recurso lingüístico específico fundamental el citado *Dictionnaire Multilingüe de Turismo*, útil, tanto para resolver las actividades como para completar o ampliar información que debe aparecer en la tabla de referencia descargada al inicio del proceso.

Todas las actividades, a excepción de las propuestas para ampliar conocimientos en *Pour aller plus loin*, presentan una ficha autocorrectiva con las soluciones a la que se accede a través del enlace contenido en la etiqueta *Vérifier* (cf. Imagen 6). En varias etapas, esta ficha se completa con un mensaje que recuerda al aprendiz la necesidad de ir incorporando paulatinamente en su tabla inicial la nueva información obtenida, con una nueva propuesta de actividades de ampliación o con la sugerencia de consulta de otras fuentes (cf. Imagen 7).

ACCUEIL INTRODUCTION TÂCHE PROCESSUS ÉVALUATION

SOLUTION ÉTAPE 7

À LA RECHERCHE DE SYNONYMES

- 1) Départ différé = départ tardif ([Hôtel La Signoria](#))
- 2) Formule = forfait ([Hôtel La Signoria](#) [Hôtel Lion d'Or](#))
- 3) Arrhes = prépaiement ([Hôtel La Cloche](#) [Hôtel La Signoria](#))
- 4) Coût = montant ([Hôtel Lion d'Or](#))
- 5) Sortie = départ ([Hôtel La Signoria](#))
- 6) Règlement = paiement ([Hôtel Lion d'Or](#))
- 7) S'héberger = séjourner ([Hôtel La Cloche](#))

- Complétez votre tableau avec ces nouveaux termes.
- Cherchez les équivalents dans votre langue maternelle et regardez dans un dictionnaire les définitions. Sont-elles pareilles aux définitions du français? Trouvez-vous des différences? Dans votre tableau, notez sur la case « observations » toutes les différences ou particularités que vous avez trouvées.
- Notez sur le tableau les possibles synonymes trouvés dans votre langue maternelle ou une autre que vous connaissez.

Vous trouverez d'autres synonymes dans le [Dictionnaire Multilingue de Tourisme](#)

Imagen 7. Solución ofrecida para la etapa 7

Completa el proceso un bloque de sugerencias para las que, por su naturaleza, no se puede ofrecer solución ya que son propuestas abiertas que pueden realizarse o no, según los intereses de los usuarios, pero que aportamos a modo de metodología de trabajo para incitar al estudiante a seguir aprendiendo de modo continuo tras finalizar la *Webquest* y a lo largo de su vida tal y como se aconseja desde el *Espacio Europeo de Educación Superior*. Este apartado incluye sugerencias como: continuar ampliando la tabla resultante con la información que falta, añadir nuevas columnas o apartados para completar con otros términos asociados creando así redes léxicas o adaptarlo a las nuevas situaciones o exigencias que puedan surgir en el desempeño de su profesión.

ACCUEIL INTRODUCTION TÂCHE PROCESSUS ÉVAL

POUR ALLER PLUS LOIN

À LA RECHERCHE DE NOUVELLES INFORMATIONS

Voici d'autres suggestions d'activités que vous pouvez faire pour continuer votre apprentissage

a) Complétez votre tableau avec les informations manquantes.

b) Créez des réseaux sémantiques autour des différents mots avec des termes associés pour élargir votre maîtrise du lexique de la gestion hôtelière.

c) Ajoutez une nouvelle colonne pour y inclure les cooccurrences, c'est-à-dire, les éléments linguistiques avec lesquels un terme est utilisé le plus fréquemment.

EXEMPLE: **forfait**

Profitez d'une escapade estivale dans une de nos suites! **Le forfait inclut** le petit déjeuner continental de luxe pour 2, le service de bonne nuit ainsi que le WiFi. [\[www.hotelpacedarmes.com\]](http://www.hotelpacedarmes.com)

Forfait disponible du 1er juin au 2 septembre 2013 et 2014. [\[www.hotelpremieresnations.ca\]](http://www.hotelpremieresnations.ca)

Forfait sur mesure (séances, mois, trimestre, année...). [\[www.hotel-pau-centre.com\]](http://www.hotel-pau-centre.com)

d) Vous pouvez toujours utiliser votre tableau et le compléter avec d'autres mots, exemples, définitions, traductions, etc. Ce sera un bon compagnon de voyage tout au long de votre carrière professionnelle.

e) Consulter le [Dictionnaire Multilingue du Tourisme](#) pour vous aider dans toutes ces activités.

ACCUEIL

Imagen 8. Actividades propuestas para ampliar conocimientos

A diferencia del tipo de evaluación estándar planteado habitualmente por la metodología de la *WebQuest*, que recoge de manera escalonada el grado de cumplimiento de los objetivos y actividades, en la nuestra, presentamos una tabla recopilatoria (*Tableau final*), en formato *Word* y PDF (cf. Imagen 9) que es la misma que se facilitó vacía al inicio del proceso, pero en este caso contiene toda la información que se ha ido descubriendo a lo largo de las etapas de trabajo, de modo que la tabla resultante que obtendrá el aprendiz tras haber finalizado las actividades será similar a la ofrecida en el apartado de evaluación de la *WebQuest*.

ACCUEIL INTRODUCTION TÂCHE PROCESSUS ÉVALUATION

ÉVALUATION

TABLEAU FINAL

MERCELÈNE HÔTEL

LEXIQUE DE LA GESTION HÔTELIÈRE

Les activités précédentes terminées, votre tableau devra contenir, au minimum, les informations recueillies dans le tableau final que vous pouvez télécharger ci-dessous (word ou pdf).

Vous pouvez continuer de le compléter à l'aide des dictionnaires inclus en bas de page.

MERCELÈNE HÔTEL
LEXIQUE DE LA GESTION HÔTELIÈRE
TABLEAU FINAL

NOM	DEFINITION	EXEMPLES	COCCURENCE	TRADUCTION	EXPLICATION
Le personnel	Personne qui travaille dans un hôtel.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.

Page 1 / 5

MERCELÈNE HÔTEL
LEXIQUE DE LA GESTION HÔTELIÈRE
TABLEAU FINAL

NOM	DEFINITION	EXEMPLES	COCCURENCE	TRADUCTION	EXPLICATION
Le personnel	Personne qui travaille dans un hôtel.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.	Le personnel de l'hôtel est très agréable.

Page 1 / 5

Dictionnaires de français
Larousse

Le Grand Dictionnaire
Terminologique

Dictionnaire-traducteur
multilingue Reverso


Dictionnaire Multilingue de Tourisme

ACCUEIL

Imagen 9. Pantalla de evaluación

En dicha tabla final recopilatoria (*Tableau final*) aparecen palabras y expresiones clasificadas en los bloques temáticos correspondientes, sus definiciones y ejemplos de uso extraídos de las páginas web de hoteles donde aparecen. La selección de estas palabras y expresiones, elegidas entre las que aparecen en el citado corpus de gestión hotelera en lengua francesa de COMETVAL, responde al interés de que el aprendiz conozca y domine, en primer lugar, términos fundamentales y específicos del sector y, en segundo lugar, aquellos frecuentes pero que son más distantes del español, nuestra lengua de referencia, como pueden ser: *forfait, accueil, frais, reçu*, etc.

Esta tabla final se presenta estratégicamente incompleta (cf. Imagen 10), es decir, no aparece en ella toda la información requerida de cada uno de los términos o expresiones (definiciones, ejemplos de uso, equivalencias en lengua materna y en otras lenguas), ni están recogidos todos aquellos que podrían estar incluidos en cada uno de los doce bloques temáticos citados anteriormente.



MERCELÈNE HÔTEL
LEXIQUE DE LA GESTION HÔTELIÈRE

TABLEAU FINAL

Les activités précédentes terminées, votre tableau devra contenir, au minimum, les informations suivantes. Vous pouvez continuer de le compléter à l'aide des dictionnaires inclus en bas de page :

BLOCS THÉMATIQUES	MOTS ET EXPRESSIONS	DÉFINITIONS	EXEMPLES	ÉQUIVALENTS EN LANGUE MATERNELLE	ÉQUIVALENTS EN D'AUTRES LANGUES
1.Documentation	*Livre d'or *Lettre recommandée *Devis	* *Document rédigé par un hébergement touristique avant la réservation effective et qui contient la description des services demandés par le client ainsi que l'estimation du coût détaillé de la réservation.	*Commentaires de clients de l'Hôtel de l'Hôtel de la Paix. Voici des messages que nos clients ont écrit dans le livre d'or lors de leur séjour. * *		
OBSERVATIONS :					
2.Gestion des réservations	*Livre d'or *Heberger *Réservation *Arrhes= prépaiement *S'héberger= séjourner	* *Loger la clientèle dans un hébergement touristique pendant une période déterminée. * Gestion entre un hébergement	*Commentaires de clients de l'Hôtel de l'Hôtel de la Paix. Voici des messages que nos clients ont écrit dans le livre d'or lors de leur séjour. *		

Imagen 10. Tabla final de evaluación de la WebQuest

Este planteamiento tiene como finalidad que la tabla final obtenida pueda seguir siendo utilizada por el estudiante a lo largo de su proceso de aprendizaje y durante su carrera profesional, según aconseja el *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas* (aprendizaje a lo largo de la vida). La metodología utilizada en las diferentes actividades propuestas le puede servir de orientación y como esquema o modelo de trabajo para ir completando su tabla, siempre que quiera, a medida que vaya encontrando los elementos que faltan o, incluso, añadiendo nuevos apartados o lenguas.

En este sentido, en el apartado final de **Conclusión** (*Conclusion*), con un lenguaje cercano, se felicita al aprendiz por el trabajo realizado, se le recuerda lo que ha aprendido y descubierto

(tanto la adquisición de contenidos y competencias como el uso de herramientas lexicográficas) y se le anima a continuar trabajando en esta línea (cf. Imagen 11).



Imagen 11. Pantalla de Conclusión de la WebQuest

4. Conclusiones

La *WebQuest* presentada en este artículo responde al interés de su autora por disponer de herramientas alternativas y motivadoras para el aprendizaje del léxico específico del ámbito del turismo que vayan más allá de la tradicional memorización por listas de vocabulario o redes semánticas, lo que ha supuesto un desafío tanto a nivel creativo como tecnológico. Nos interesa que nuestros alumnos conozcan el léxico que se utiliza realmente en las páginas web y se familiaricen con el lenguaje empleado en Internet en otras lenguas, ya que será el que utilizarán, sin duda, con sus clientes una vez se enfrenten al mundo laboral. En este contexto, es fundamental también que conozcan algunas herramientas lexicológicas que podrán manejar en su día a día.

Aunque la utilización de *WebQuest* para la enseñanza de lenguas tiene ya una tradición de más de dos décadas y puede no parecer novedosa, es la herramienta que mejor se adapta a nuestras necesidades y objetivos porque nos permite construir un escenario en el que el estudiante aprenda el idioma en un entorno digital vivo, actual y contextualizado profesionalmente (páginas web privadas de promoción hotelera y diccionarios *online*).

La *WebQuest*, en el estado actual, recoge plenamente la fase conceptual de nuestra propuesta didáctica, a pesar de que su aspecto no es el definitivo, ya que para realizar y comprobar los resultados de algunas actividades el aprendiz debe salir de la página. En estos casos su interactividad se limita a la navegación hipertextual entre las páginas de la propia *WebQuest*, así como la consulta de recursos externos. Sin embargo, nuestra intención para el futuro es mejorar ciertos aspectos técnicos que dotarán de una mayor interactividad y versatilidad a la plataforma. Entre ellos, presentar todas las actividades con opción de respuesta inmediata antes de pasar a la pantalla de verificación, si así lo desea el usuario; ofrecerle la posibilidad de escuchar la pronunciación de las palabras y expresiones emitidas por nativos, así como mejorar aspectos

visuales que le añadan atractivo y dinamismo. Es, por lo tanto, una primera versión que debe ser testada por los aprendices para recoger sus comentarios, críticas y aportaciones con el fin de mejorarla.

Con esta actividad de creación de herramientas de aprendizaje de lenguas extranjeras para el turismo pretendemos poner de manifiesto también el trabajo previo de investigación y búsqueda que el docente debe realizar cuando programa actividades, al que alude Planelles (2016: 192) en los siguientes términos:

[...] el trabajo previo del profesor para preparar un programa de francés del turismo es un desafío, en general, y una tarea de investigación y de búsqueda, en particular, en lo que se refiere a la enseñanza del léxico, puesto que requiere el descubrimiento y la comprensión del contexto socio-profesional de los distintos actores del sector turístico.

Esperamos que nuestra aportación con esta propuesta didáctica resulte de utilidad para diferentes colectivos. Por una parte, para los profesionales de la enseñanza de lenguas extranjeras para fines específicos que pueden utilizarla según sus necesidades, dado que la *WebQuest* está accesible públicamente en Internet y puede ser realizada en su totalidad o elegir algunas actividades aisladas. Y, por otra parte, tanto para aprendices autónomos, como para profesionales del turismo que pueden así mejorar sus competencias lingüísticas en otras lenguas, con el fin de que sean capaces de ofrecer un servicio de calidad a los turistas extranjeros. Todo ello podrá influir en el grado de satisfacción de los visitantes internacionales en nuestro país y, en consecuencia, en el beneficio económico y promocional derivado del incremento del turismo externo.

About the author

Mercedes Sanz Gil, es Doctora por la Universitat Jaume I. Profesora Titular de Filología Francesa en el Departamento de Filología y Culturas Europeas de dicha universidad. Imparte docencia principalmente en el Grado en Turismo y en el Máster Universitario en Comunicación Intercultural y Enseñanza de Lenguas.

Sus principales líneas de investigación están relacionadas con la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aprendizaje de lenguas, y especialmente del Francés como Lengua Extranjera; la enseñanza-aprendizaje de lenguas y culturas en contextos plurilingües y multiculturales y la autoformación.

References

- Aragón, M., Eurrutia, M. & Planelles, M. (2006). El lenguaje del turismo. En Alcaráz Varó, E., Mateo Martínez, J. & Yus Ramos, F. (coord.), *Las lenguas profesionales y académicas*, (pp.233-246). Barcelona: Ariel.
- Artusi, A., Baynat, M.E., Cantón, M.L. & otros (2014). Multilingual Dictionary of Tourism. *COMETVAL, Universidad de Valencia*, <<http://tourismdictio.uv.es>> [19/02/2019].

- Battaner, P. (2017). Prólogo. *Enseñar Léxico en el aula de español. El poder de las palabras*. Col. Cuadernos de didáctica (pp. 7-9). Barcelona: Difusión.
- Baynat, M.E. (2017). El léxico de la gestión turística en lengua francesa en el Diccionario Multilingüe de Turismo: análisis contrastivo con la lengua inglesa. *Çédille. Revista de estudios franceses*, 13, 53-82. <<https://cedille.webs.ull.es/13/03baynat.pdf>> [19/02/2019].
- Baynat M.E., Dolón, R., Estorell, M., González V. & otros (2016). Manual de buenas prácticas discursivas: estrategias lingüísticas para la promoción turística en la red. *Anejo nº 8 de Normas. Revista de Estudios Lingüísticos Hispánicos. Monografías científicas. Edición: Tecnolingüística S.L.* <<https://ojs.uv.es/index.php/normas/pages/view/anejos>> [19/02/2019].
- Bernabé Gil, M.L & Cantón Rodríguez, M.L (2012). Perspectivas en la enseñanza-aprendizaje del francés de Turismo tras la implantación de los estudios de grado en dos universidades andaluzas. *Çédille. Revista de estudios franceses*, 8, 47-64.
- Bonomi, M. (2014). Linguaturismo: un glosario de gestión del turismo español-italiano. *Normas, Revista de Estudios Lingüísticos Hispánicos, Anejo nº 6*, 12-27.
- Cabré, M.T. (1998). Variació per tema. El discurs especialitzat o la variació funcional determinada per la temàtica: noves perspectives. *Caplletra. Revista internacional de filologia*, 25, 173-194.
- Calvi, M.V. (2000). *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Viareggio: Baroni.
- Calvi, M.V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, 19, 9-32.
- Calvi, M.V. (2016). Lingua spagnola e turismo. En López Santiago, M. & Giménez, Folqués D. (coord.) *El léxico del discurso turístico 2.0* (pp.17-35). Valencia: Publicaciones IULMA-Universitat de Valencia.
- Caspar, P. (1991). Preámbulo. *Organiser l'apprentissage des langues étrangères*. París: D'Organisation.
- Consejo de Europa (1986). *L' Interculturalisme: de l'idée à la pratique didactique et de la pratique a la théorie*, Estrasburgo, Conseil de L'Europe.
- Corpus Multilingüe de Turismo de la Universidad de Valencia (COMETVAL), <<https://www.uv.es/cometval/wikibase/cas/index.wiki>> [19/02/2019].
- Dodge, B. (1995). WebQuest: A Technique for Internet-Based Learning. *Distance Educator* 1(2), 10-13.
- Eurrutia, M. (2016). E-Tourisme interactif sur le web 2.0: enjeux culturels du lexique employé dans les infomédiations sur le discours touristique solidaire. En López Santiago, M. & Giménez, Folqués D. (coord.) *El léxico del discurso turístico 2.0* (pp.85-115). Valencia: Publicaciones IULMA-Universitat de Valencia.
- Macià Espadas, N. (2005). Le français comme langue spécifique: le français du tourisme. En Arráez Llobregat, J.L & Sirvent Ramos, A. (coord.), *Espacio y texto en la cultura francesa* (pp.1869-1878). Alicante: Servicio de publicaciones de la universidad de Alicante.
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (MINETAD). <<http://www.minetad.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2017/documents/turespa%C3%B1a%20avance%20cierre%202016.pdf>> [19/02/2019].
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2014/documents/20180705_presentación_datos_de_turismo_2018.pdf>. [19/02/2019].
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Glosario de Turismo <<http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf>> [19/02/2019].
- Planelles, M. (2016). Sinonimia y neología en el lenguaje del turismo en francés. En López Santiago, M. & Giménez, Folqués D. (coord.) *El léxico del discurso turístico 2.0* (pp.175-196). Valencia: Publicaciones IULMA-Universitat de Valencia.

Portal de estadísticas <<https://es.statista.com/estadisticas/475122/numero-de-turistas-franceses-en-espana/>> [19/02/2019].

Suau, T. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 10 (4), 143-153.

Varela Méndez, R. (2007). Hacia una nueva caracterización del inglés para fines específicos (turismo). *Didáctica. Lengua y Literatura*, 19, 327-345.

Anexo: Léxico de la gestión hotelera clasificado por bloques temáticos publicado por Baynat (2017: 67-68)

Cédille, revista de estudios franceses, 13 (2017), 53-82 Elena Baynat Montreal	Cédille, revista de estudios franceses, 13 (2017), 53-82 Elena Baynat Montreal
<p>I. Documentación. En este apartado se han recopilado todos los documentos escritos a los que hacen referencia las páginas web de alojamientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>voucher</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>fiche technique, formulaire de réservation, formulaire de contact, formulaire de demande d'information, assurance annulation, livre d'or, carte-cadeau, chèque-cadeau, coupon promotionnel, carte de fidélité, coupon rabais, livre d'or</i>. <p>II. Gestión de reservas. Se han reunido, en esta sección, todos los términos relacionados con la gestión de las reservas, tanto petición de información y presupuestos como realización o confirmación de la reserva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>devis, arrhes / dépôt / acompte / prépaiement, demande, disponible, disponibilité, réserver, réservation, annulation / cancellation, pénalité, annuler, réclamation, remboursable</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>bon de réservation, numéro de réservation, effectuer la réservation, politique de garantie, conditions de réservation, politique de réservation, numéro de confirmation, code d'accès, code promotionnel / code promo, programme de fidélisation, plan de fidélité, protection de données, politique d'annulation / politique de cancellation / conditions d'annulation, non remboursable, changement sans préavis, mentions légales</i>. <p>III. Facturación y pagos. En este bloque se reagrupan los términos referentes al pago de los servicios ofrecidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>paiement / règlement, payer / régler, coût / montant, frais, prix, tarif, tarification, facturation, reçu, taxe, supplément, remboursement, pourboire</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>modalités de paiement / modes de paiement / moyens de paiement, conditions tarifaires, liste des prix / planning tarifaire, conditions de vente</i>. <p>IV. Tarifas, promociones y ofertas. Aunque también esté relacionado con los pagos se ha diferenciado en un bloque independiente lo que son tarifas, ofertas y promociones propuestas por las páginas web para atraer a la clientela:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>forfait / formule / package, escapade, promotion / promo, gratuit</i>. ▪ Unidades compuestas: Ø. <p>V. Tipos de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>clientèle, client, hôte, s'héberger</i>. ▪ Unidades compuestas: Ø. 	<p>VI. Gestión de entrada o <i>check-in</i>. En el corpus se han encontrado diferentes términos relacionados con la llegada del cliente al alojamiento y su registro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>entrée, arrivée, accueil, enregistrement</i> (sinónimo de <i>check-in</i>). ▪ Unidades compuestas: <i>arrivée tardive, check-in</i> (sinónimo de <i>enregistrement</i>), <i>non présentation</i>. <p>VII. Gestión de salida o <i>check-out</i>. También se ha registrado, a su vez, unidades léxicas vinculadas con la salida de los viajeros:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>sortie / départ</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>check out, départ précipité / départ avancé / départ anticipé, départ tardif/départ différé, départ rapide/départ express</i>. <p>VIII. Atención al cliente. En esta sección se ha recopilado términos relacionados con la atención personalizada a los clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>contact, contacter, réclamation</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>service clientèle, politique de confidentialité</i>. <p>IX. Capacidad, estancia, ocupación y acomodación. Un aspecto importante de las reservas son los términos que tratan sobre los datos sobre la capacidad de las habitaciones o instalaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>séjour, séjourner / s'héberger, héberger, saison, période, nuitée</i> (sinónimo: <i>nuit d'hébergement</i>), <i>occupation, disponibilité, occupant, aménager, accueillir, capacité, disponibilité</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>nuit d'hébergement</i> (sinónimo: <i>nuitée</i>). <p>X. Horarios y fechas. Se ha compilado igualmente algunas palabras relacionadas con los horarios o fechas de apertura y cierre o de reserva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>horaire, période</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>période d'ouverture, période de fermeture</i>. <p>XI. Políticas medioambientales y hoteleras. Aunque más frecuentemente en Canadá que en Francia, hay cada vez más alojamientos que sienten preocupación por el medioambiente e incluyen aspectos de la gestión medioambiental de los establecimientos en sus campañas de promoción, convirtiéndolo en un nuevo medio de captación de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: <i>environnement, environnemental</i>. ▪ Unidades compuestas: <i>politique de développement durable</i>. <p>XII. Regímenes de alojamiento. Finalmente se ha seleccionado el léxico referente a la inclusión o no de comidas y cenas en la reserva del alojamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades simples: Ø. ▪ Unidades compuestas: <i>demi-pension, pension complète, tout inclus</i>.
<p>* Recordamos que cuando hay varios sinónimos (los separamos en el cuadro con una barra), estos están interrelacionados por hipervínculos dentro del diccionario y todos ellos son, a su vez, entradas independientes.</p>	<p>Tras haber presentado el subcorpus de gestión y descrito sus principales características, nos centraremos, seguidamente, en el análisis detallado de algunas unidades compuestas y colocaciones.</p>
<p>http://cedille.webs.uil.es/13/03/baynat.pdf 67</p>	<p>http://cedille.webs.uil.es/13/03/baynat.pdf 68</p>

Imagen 12. Léxico de la gestión hotelera (Baynat, 2017: 67-68)