

República Argelina Democrática y Popular

Ministerio de la Enseñanza Superior y de la Investigación Científica

Universidad Abou Bakr Belkaid -Tlemcen

Facultad de Letras y Lenguas

Departamento de Francés

Sección de Español



Trabajo de fin de Máster en

“Lengua y Comunicación”

ESPAÑOL DEL TURISMO

Presentado por:

BELAIMECHE Asma

Bajo la dirección de:

Sñr. SALHI Salah Eddine

Miembros del jurado:

Sñra. ZIANE Hafeda

MCB Presidente

Universidad de Tlemcen

Sñr. SALHI Salah Eddine

MAA Director

Universidad de Tlemcen

Sñra. Guenaoui Amaria

MAB Vocal

Universidad de Tlemcen

Curso académico 2014-2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Allah, que nos brinda sabiduría, amor, y paciencia, ayudándonos en los momentos más difíciles.

A los que nos ha dado la voluntad de realizar este modesto trabajo, a nuestro profesor SALHI Salah Eddine que ha aceptado ser el director de este trabajo. Por su ayuda y su orientación a lo largo de nuestra investigación, ayudándonos en varios campos del conocimiento.

A nuestros estimados profesores que nos ayudaron mucho y en cualquier momento; especialmente durante estos dos años para mejorar nuestro nivel.

Finalmente, a todos los profesores y las personas que se cruzaron en este camino y que dieron palabras de apoyo y aliento.

DEDICATORIA

Dedico este modesto trabajo de fin de Master:

A mi familia

*A mis queridos padres que me han ayudado mucho. A mis
hermanos y hermanas*

*A mis amigos y amigas de la sección de español, gracias por
apoyarme siempre durante mis años de estudio.*

A mis abuelos y tías

A mis profesores por confiar en mí y por tenerme paciencia

A todos que me conocen.

ASMA BELAIMECHE

Índice

Introducción.....	2
Capítulo I: lenguaje del turismo y textos turísticos	
1.1. Definición del turismo.....	5
1.2. Lenguaje del turismo.....	9
1.2.1. Definición y descripción del lenguaje del turismo.....	10
1.3. Textos turísticos	15
1.3.1. Definición de los textos turísticos.....	16
1.3.2. Tipología de los textos turísticos.....	17
1.3.3. Estructura de los textos turísticos.....	22
1.3.4. El texto turístico: una traducción especializada.....	24
Capítulo II: el español del turismo como una lengua de especialidad.	
1.1. Breves apuntes sobre las lenguas de especialidad.....	28
1.1.1. Las lenguas de especialidad versus la lengua general.....	31
1.2. El español del turismo: ¿una lengua de especialidad?.....	34
1.3. Las características del español de turismo.....	36
1.4. El español de turismo con fines específicos.....	40
Capítulo III: la parte práctica	
Análisis y evaluación de un guía turístico.....	45
Visita de algunos lugares de interés en Argelia a través de un guía turístico.....	49
Conclusión.....	59
Bibliografía.	

Introducción

El lenguaje del turismo se ha configurado con la aparición de los guías turísticos a partir del siglo XIX. Así, aparecen las revistas de turismo. Actualmente, el turismo es uno de los sectores más importantes y en plena expansión de la economía mundial, concibiéndose como un sector de vital importancia en la economía a todos los niveles mediante el conocimiento de su lenguaje.

A partir de todo eso, nuestra modesta tesina con el tema “Español del Turismo”, intenta aplicar el lenguaje del turismo en sectores profesionales con la tipología de los textos turísticos. Asimismo, entendemos el español del turismo como lengua de especialidad.

De esta manera, se trata de aproximarse a la explicación del español de turismo mediante el conocimiento de su lenguaje para entender los procesos que genera esta actividad. Resulta necesario tener en cuenta la definición del turismo que sigue representando uno de los sectores que más posibilidades profesionales ofrece.

Nuestra problemática se constituye y se plantea a partir del conjunto de esas preguntas:

¿Qué es el turismo?

¿Qué es el lenguaje del turismo?

¿La traducción de los textos turístico: es una traducción especializada?

¿El español del turismo: es una lengua de especialidad?

¿El español del turismo es una lengua unitaria en el marco de las lenguas de especialidad?

Para responder a estas preguntas, teniendo en cuenta la propia definición del turismo en este sentido, hay que fijar particular atención en el lenguaje especial que caracteriza el ámbito turístico. Se parte de una descripción general de los lenguajes.

La justificación, la importancia y la novedad de este tema son puntos fundamentales en la nuestra elección a ese tema sobre todo en Argelia.

En el primer capítulo, hemos intentado dar una propia definición del turismo y su lenguaje que presenta uno de los sectores más profesionales y especializados. En

este sentido, se aplica a los conocimientos específicos que se le exigen al profesional de este sector.

Así, se refiere a la definición y descripción del lenguaje del turismo que presenta una fisonomía muy compleja¹. Es el lenguaje especializado que se utiliza para la comunicación entre los profesionales del sector.

Para entender, hay que fijar la atención en el texto turístico que provee información con el fin de despertar el interés del turista o viajero para que visite un lugar. Se trata de la definición, tipología y la estructura de los textos turísticos.

Del mismo modo, se plantea la comparación de un texto turístico en dos lenguajes diferentes con el fin de contemplar la traducción especializada de los textos turísticos.

En el segundo capítulo, hemos intentado analizar breves apuntes sobre las lenguas de especialidad mediante el español del turismo y sus características como lengua de especialidad en el sector profesional. También, tratamos sobre las lenguas de especialidad versus la lengua general.

De la misma manera, hemos mostrado el interés del español de turismo como una lengua de especialidad y sus características. Asimismo, podemos tratar sobre la importancia de las lenguas de especialidad con fines específicos.

En el tercer capítulo, es la parte más importante en nuestro trabajo, hemos analizado y evaluado una guía turístico. Así, hemos propuesto una visita de algunos lugares de interés en Argelia a través de un guía turístico.

Al final, se acaba con una conclusión general que presenta los resultados de nuestro trabajo después de una actividad práctica.

¹- Ha tratado la definición de lenguaje del turismo en el marco de los lenguajes para fines específicos en Calvi (2000).

Capítulo I

*Lenguaje del turismo y textos
turísticos*

El lenguaje del turismo se va configurando a partir del siglo XIX. De hecho en 1927 nacieron las guías turísticas de la mano del hijo del editor alemán **Baedeker**, que son los herederos de los libros de viaje y del turismo. Pues, ¿qué es el turismo?

1. Definición del turismo

La palabra proviene del francés y en concreto del término Grand Tour que luego ha sido adaptado al inglés con la palabra turismo. "Thomas Cook" fue el primero quien fundó la primera agencia de viajes, organizando el primer viaje turístico de la historia en 1841.

El turismo se define según la Organización Mundial del Turismo (OMT)¹, como una actividad económica que ofrece servicios a personas que se desplazan de sus lugares habituales de residencia, por un tiempo inferior a un año con fines de ocio, por negocios o por otros motivos lucrativos².

A partir de esta definición, se puede considerar el turismo como una actividad o conjunto de las acciones que implica viajar y pernoctar en un sitio diferente y no habitual de un tiempo determinado.

Su historia es amplia, puede observar el origen del turismo desde la antigua Grecia y su desarrollo surge en concomitancia con la crisis del modelo aristocrático de viaje (Grand Tour) cuyo objetivo principal era el de enseñar a los jóvenes de las familias aristocráticas los logros de los estados europeos y modernos así como el esplendor de las antiguas civilizaciones griega y romana.

Actualmente, es una de las actividades más importantes a nivel universal que produce viajes de cualquier tipo: descansar y descubrir de nuevos lugares geográficos, negocios y culturales... etc.

Por lo tanto, las diversas formas para realizarlo pueden ser consideradas como formas alternativas en diferentes lugares o zonas naturales donde practicamos diversas actividades como el deporte.

¹- La Organización Mundial del Turismo: es un organismo especializado de las Naciones Unidas. www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt.

² Esta definición se aprobó en la Conferencia sobre Estadísticas de Viajes y Turismo celebrada en Ottawa en junio de 1991, donde se acordaron una serie de recomendaciones sobre estadísticas de turismo de la OMT. https://unstats.un.org/unsd/.../SeriesF/SeriesF_80S.pdf.

El mismo se realiza dentro o fuera del país donde estamos o donde vivimos. Muchos países viven habitualmente del turismo en diferentes lugares, no solo económicos sino también que tienen características particulares como la situación hostelera, la hermosura del lugar y la atención en varios países de Europa, África y Asia o América, y que tienen el turismo como una parte muy importante en el desarrollo económico.

Aquí citamos algunas definiciones académicas que se han hecho sobre el turismo. Según Mthieson y Wall:

*"por su parte explican que se llama así el movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año"*³.

Por otro lado el turismo se caracteriza por distintos tipos como el turismo cultural que culturaliza las personas sobre los lugares históricos, también el turismo de compras que se encuentra en los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.

El turismo es un complejo sistema de elementos que se interrelacionan entre sí, retroalimentándose en forma permanente. Existen cuatro elementos básicos o factores que integran este complejo sistema:

- La demanda: formada por el conjunto de consumidores o potenciales consumidores de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en el turismo.
- El aspecto geográfico: lugar donde se produce la interacción entre la oferta y la demanda.
- Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de viaje, compañías de transporte, organismos públicos y privados dedicados a la regulación y/o a la promoción del turismo.

A continuación presentamos los conceptos principales, tal como los define la Organización Mundial de Turismo (OMT):

³ www.ugr.es/.../G20_17Angel_Acuna_Delgado.htm, de P Gómez - 2004.

Viajeros: es viajero toda persona que se desplaza dentro o fuera de su país de residencia, por cualquier motivo utilizando cualquier medio de transporte. Los viajeros incluyen las categorías de visitantes y otros viajeros:

- *Visitante*: es visitante toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en lugar visitado.
- *Otros viajeros*: emigrantes, trabajadores transfronterizos, viajeros en desplazamiento cotidiano al lugar de trabajo, diplomáticos y militares, refugiados, viajeros en tránsito.

Como vemos, en la definición de visitante se incorporan tres conceptos básicos que ayudan a identificar a aquellos que realizan actividades turísticas. Estos son: el entorno habitual, dado que, si no acotamos el término, podría interpretarse que todos los desplazamientos cotidianos de tipo vivienda, trabajo nos convertirían en visitantes.

La OMT distingue tres tipos de turismo, a saber: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor⁴.

La OMT señala que este concepto tiene dos dimensiones: la frecuencia y la distancia. En efecto, si se visitan lugares en forma rutinaria, aunque estén a cierta distancia, esos lugares pasan a ser parte de nuestro entorno habitual.

Por eso se define el turista como todo visitante que permanece al menos una noche en el lugar visitado. Podemos detallar diferentes tipos de turismo que son :

- Turismo interno: el que realizan los residentes de un país, dentro de ese país.
- Turismo receptivo: el que realizan los no residentes, dentro de un país dado (Turismo emisor: el que realizan los residentes de un país, fuera de ese país.
- Turismo nacional: es la suma del turismo interno emisor.

⁴- "World Tourism Organization" Recomendaciones Internacionales sobre estadísticas de turismo de organización Mundial de Turismo, 2007. http://www.revistaindice.com/numero_24/p.9.pdf.17/02/2010.

- Turismo interior: es la suma del turismo receptivo y el interno. Es decir el turismo que se realizan dentro de un país sus residentes y los no residentes.
- Turismo internacional: es la suma del turismo emisor y receptivo.

«Turista, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. Por ello son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y, todas ellas son de gran interés, ya que a través de la identificación de los modelos de demanda, se busca formular adecuadas estrategias de promoción y marketing»⁵.

En los estudios sobre turismo, es importante diferenciar en concepto el término residencia de la de nacionalidad. Se entiende por residente de un país a toda persona que viva en el de manera habitual

Podemos notar que los servicios turísticos que se pueden considerar específicos y como actividades del turismo; hoteles, restaurantes, transportes, agencias de viajes, y tour operadores, servicios culturales, deportivos y otros servicios de esparcimiento.

El turismo aumenta la actividad económica en los lugares visitados sobre todo a la demanda de servicios que deben producirse. La contribución económica del turismo que se refiere al efecto directo del turismo que se puede medir mediante la CST, y el impacto económico del turismo.

Por último tenemos el turismo rural que se lleva a cabo en los lugares rurales cerca de la naturaleza y tiene relación con el medio ambiente que intenta relacionar con las actividades turísticas aprovechando los recursos locales, lo que se observa en este tipo el equilibrio, la calma, y la tranquilidad.

⁵- España Secretaria de Estado de Industria y Comercio Medición del turismo y su impacto en la economía. www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf.

2. Lenguaje del turismo

2.1. La definición y descripción del lenguaje del turismo

La necesidad de aprendizaje con la variedad de las profesionalidades que el español del turismo y con el conocimiento imperfecto de la lengua plantea problemas que analizaremos a continuación.

Hay que tomar en cuenta la definición y descripción del lenguaje del turismo, que presenta una fisonomía muy compleja.

Existe un núcleo restringido, relativo a la organización y estructuras turísticas (hostelera, agencias de viajes, compañías de transporte) caracterizado por una marcada internacionalización (abundante uso de sigla internacionales, abreviaturas, anglicismos... etc). Es el lenguaje especializado propiamente dicho, que se utiliza para la comunicación entre los profesionales del sector, tal como ocurre en otros ámbitos como la economía... etc pero además de estos tecnicismos, el lenguaje del turismo incluye otros componentes temáticos, relacionados con la tipología de los distintos turísticos (turístico de sol, turístico de playa, activo, rural, religioso, arqueológico... etc) y con múltiples aspectos culturales, geografía, historia, historia de arte, folklore... etc.

En uno de los pocos estudios existentes sobre la lengua del turismo, Blboni (1989) define este lenguaje como conjunto de micro lenguas interrelacionadas (micro lengua de la hostelería, de los transportes, de la historia del arte, etc) que puede tener mayor o menor relevancia en los distintos ambientes profesionales (hoteles y restaurantes, agencias de viajes, oficina de información, etc).

Las diferentes destrezas lingüísticas también resultan más o menos indispensables: la producción escrita, por ejemplo, es esencial en las agencias de viajes y en la preparación de itinerarios a todas las actividades profesionales, excepto la programación de viajes.

En el campo del turismo, el dominio del léxico resulta fundamental, dada la gran variedad de áreas interesadas. A parte la terminología técnica de uso internacional.

Otro aspecto lingüístico relevante en el lenguaje del turismo concierne la formulación de las coordenadas espaciales, que se relaciona con la experiencia del viaje y la descripción del ambiente.

En el lenguaje del turismo también es fuerte el peso de los términos culturales sobre todo en la descripción del producto turístico, en la que se valora el peso de la tradición local.

Según Isabel Duran Muñoz:

«El lenguaje turístico es considerado aquí como un elemento de mediación y de unión entre los turistas y el lugar que visitan».

Para poder describir el lenguaje turístico, primero tenemos que ver en que textos aparece este lenguaje. Kelly⁶ define el texto turístico como:

«Todo aquello que una organización pública o privada publique y cuya finalidad sea ofrecer información a los potenciales visitantes o para anunciar o promocionar un destino y fomentar los viajes a ese destino».

A su vez el lenguaje del turismo presenta un elevado número de sinónimos o casi sinónimos, como pueden ser los términos relacionados con el alojamiento (hotel parador, hospedería, pasada, hostel)⁷.

Con la designación de algunos segmentos turísticos (turismo alternativo, ecoturismo; turismo verde, turismo sostenible, etc.) o con servicios turísticos y actividades ofertadas.

En muchos de estos casos, no es posible realizar un uso indiscriminado de esta variabilidad denominativa como ocurre por ejemplo con los términos de alojamiento citados anteriormente.

El lenguaje del turismo se configura como un tipo de lengua de especialidad ya que tiene rasgos definitorios y cuenta con modalidades expresivas y léxicas especializadas y específicas que lo diferencian de la lengua común.

El lenguaje del turismo, por lo tanto se ha constituido como un lenguaje especializado a la vez de las diferentes tipologías textuales a las que ha dado lugar, a veces a caballo con el lenguaje publicitario: cada una de estas tipologías está caracterizada por convenciones morfosintácticas y estilísticas peculiares. Sin embargo, antes de proceder, conviene aclarar como el turismo se enmarca dentro del ámbito de los lenguajes especializados. En este sentido Calvi:(2001) nos proporciona una síntesis:

⁶ DOROTHY, Kelly (Febrero12, 1894-31 de mayo de 1966) fue una actriz estadounidense de la época del cine mudo. Hablo sobre el lenguaje del turismo y los textos turísticos. https://es.wikipedia.org/wiki/Dorothy_Kelly.

⁷ - En este caso, existe una clasificación de los establecimientos hoteleros basada en el Real Decreto 1634,1983 para los criterios generales y en las leyes autonómicas para los criterios generales y en las leyes autonómicas para la definición de las distintas tipologías. noticias.juridicas.com/base_datos/.../rd1634-1983.ht.

« Hay, aunque, lenguaje del turismo que pase define como especialista ? encerta respuesta si amotino un sentido estricto del término: el turismo, de hecho, no es una disciplina unitaria que tiene una proyección definido, pero el turismo profesional tiene una fisonomía reconocible, que se divide en diversitarios (viajes, , transporte, museos y patrimonio numerosas personalidades de la cultura, la edición, etc.) e incluye emergente, diversificación del mercado de turismo (guías Naturales políticas, expertos en comunicación y entretenimiento, turismo, etc.

A raíz de estas reflexiones, la escritura concluye que:

« El lenguaje del turismo puede considerarse como Lengua Propia un campo profesional particular especial, dividido en sectores multiplican, cuyo componente temático viene de la combinación de diferentes técnicas y disciplinarias »⁸.

Ahora señalamos los aspectos del español del turismo que nos parecen más emblemáticos y con estas breves consideraciones; variedad temática, tendencia hacia la formación de palabra, neologismos y creación de distintos tipologías textuales...etc.

La formación de palabras: nuevas se realiza principalmente en el ámbito de la gestión tal como deporte y economía...etc., mientras que los términos empleados para describir paisajes y monumentos se toman prestados de las disciplinas en cuestión.

Se puede considerar como propio de estos lenguajes algunos neologismos que definen ciertas actividades de ocio y deporte.

Los neologismos se formen mediante algunos procedimientos, los más frecuentes son:

La derivación: que acarrea la mayor densidad conceptual, en este se pueden distinguir dos tipos de derivación:

- La sufijación: tal como vacacional, hotelera...etc
- La prefijación: tal como despear y reembolso...etc

La parasíntesis en el que la forma léxica no se forma solo mediante morfema derivativa, sino que es un proceso más complejo en el que se añaden dos o más morfemas ejemplo Re encaminamiento, desestacionalizacion...etc

La composición que por su mayor flexibilidad, resulta muy productiva. Hay diferentes procedimientos de composiciones: la yuxtaposición, sobre todo en el esquema "sust+sust" ejemplo aerotaxi, ciclo turismo, agroturismo...etc

⁸ Dorothy/ op.cit.

La contraposición y la disyunción tal como clase turística sust+sust también como hotel rural, billete electrónico etc← sust+adj.

La sinapsis sobre todo de tipo sust +de +sust. Estas formaciones suelen rafearse a varios aspectos de la organización turística prácticas deportivas y variedades de turismo (turismo de masas y de salud...etc) más de eso algunos de difusión internacional como asociación internacional de transporte.

En el discurso turístico encontramos construcciones peculiares de determinados géneros textuales.

La impersonalidad que se utiliza en las descripciones en guía, y articulas para dar instrucciones con la objetividad y la prisión.

La nominalización: es un recurso de varios lenguajes especializados se utiliza en los documentos técnicos de las agencias.

La adjetivación: a veces los adjetivos se utilizan para alcanzar la prisión descriptiva.

«En la realidad del turismo se re-inventa en términos positivos, gracias a un complejo sistema de adjetivación cuyo objetivo presenta la localidad del mejor modo posible para dar al turista la impresión de exclusividad, división, relax. Esta perspectiva de la diversidad se manifiesta gracias a una continua comparación entre la localidad turística (como lugar nuevo y ajeno) y la localidad en la que reside el turista (conocida y familiar). Dicha comparación se manifiesta gracias al uso de metáforas y metonimias cuya función es la reducir al mismo todo lo se manifiesta como ajenos en el lugar que se está describiendo (Negro87)⁹»

También el uso de los tiempos verbales como el presente de indicativo; es muy usual en la descripción y en los itinerarios de visita. También, el Imperativo: se usa con los verbos de movimientos y en los textos que tienen un carácter promocional.

El futuro de indicativo: es muy frecuente en las presentaciones de itinerarios y programas de viaje.

Según "Leidy Muñoz" que habla en este artículo sobre el lenguaje del turismo:

«... el lenguaje turístico es simplemente lenguaje corporal y simbólico expresando lingüísticamente se basa en el uso de señales sonora, visual y olfativa a modo de signos. Los lenguajes formales son construcciones artificiales humanas, que se usan

⁹ TERESA, Martín Sánchez, *Dificultades de Traducción en los Textos Turísticos*, Universidad de Salerno, el año 2009, p.573.

en matemática y otras disciplinas formales, incluyendo lenguajes de programación. Estas construcciones tienen estructuras internas que comparten con el lenguaje humano natural, el turismo también tiene su propio lenguaje y terminología, lugares y situaciones en las cuales se intercambien culturas, costumbres o simples palabras son el medio y de ser del turismo, ...etc» Jueves, 19 de marzo de 2009;

Podemos señalar que el lenguaje del turismo es incluido en el campo de los lenguajes para fines específicos, se nota claramente el perfil profesional de la industria del turismo y del ocio, resulta difícil, por un otro trazar los contornos de su lenguaje, desde la economía a la historia del arte y la gastronomía.

La expresión lenguaje para fines específicos (LFE), deriva del inglés language for special purposes (LSP)¹⁰. Hay otras denominaciones, tales como lenguas especiales, lenguas de especializadas, lenguajes sectoriales, etc que se suelen utilizar para indicar este ámbito de la lengua.

Para el lenguaje del turismo CALVI (2010:22,23) propone dentro del proyecto "linguaturismo", que tiene como objetivo la creación de corpus textuales paralelos y comparables, en español y en italiano, una clasificación flexible y abierta, pero con una sólida base teórica de los géneros textuales, si bien la clasificación no está aún terminada. Consideramos interesante transcribirla en este trabajo por ser el primer intento de clasificación de los géneros del turismo:

- Géneros editoriales (guías de viaje, revistas de viaje, y de turismo, etc), que se elabora principalmente en el mundo editorial y responden a la demanda de información del turista.
- Géneros institucionales (folletos, anuncios de destinos turísticos, páginas de web institucionales, etc) originados oficiales (gobiernos nacionales, comunidades autónomas, ayuntamientos, etc) con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de un destino turístico.

¹⁰ LSP: efectos especiales de idioma, se puede utilizar con cualquier idioma de destino que necesitan los estudiantes como una herramienta para fines específicos, y con frecuencia se ha aplicado a inglés (Inglés para Fines Específicos, o ESP). https://en.wikipedia.org/wiki/Language_for_specific_purposes.

- Géneros comerciales (anuncios comerciales, catálogos de viaje, folletos de hoteleros, páginas de web de agencias y de otras empresas de turismo, destinados a promover la venta directa del producto turístico, conquistando la mente del consumidor.
- Géneros organizativos (billetes, reservas, cartas, facturas, contratos, informes, etc) propios de las agencias y otros sectores cercanos (hostelería, transportes, ferias, etc) para sus relaciones internas y externas.
- Géneros legales (normativas, reglamentos, etc) pertenecientes al campo del derecho y encaminados a reglamentar las distintas facetas de las actividades turísticas.
- Géneros científicos y académicos, utilizados en los sectores disciplinares que enfocan el fenómeno del turismo (artículos y libros de sociología, antropología del turismo, etc).
- Géneros informales (foros, blogs de viajero), que comprenden el amplio caudal de textos en los que el turista mismo se transforma en experto y emisor del discurso turístico, con el propósito de intercambiar opiniones y expresar valoraciones.

Podemos notar que el lenguaje del turismo tiene diferentes niveles de expresión por un lado, este lenguaje presenta una instancia de un discurso altamente especializado usado en el campo turístico para comunicar. Por último, el tema tratado aún se puede trazar por los elementos del vocabulario relacionado a él, pero las demás características son más corrientes en el lenguaje cotidiano¹¹.

¹¹ **GOLLI, Maurizio** “The language of turism as specialized discourse” en; *Palsuxi, Oriana & Francesconi, Sabrina,*) turismo Traduciendo lingüística / representaciones culturales, Trento: Universidad de Trento, falta el año de la publicación pp.15, 34.

3. Los textos turísticos

3.1. Definición de los textos turísticos

Para poder describir el lenguaje del turismo, primero tenemos que ver en que textos aparece este lenguaje.

En cualquier manera, entendemos que el texto turístico todo escrito dirigido al público general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades de un lugar y sugiere su visita (Fischer, 2004). En realidad de contenidos y formas lingüísticas presentes en un texto de carácter turístico hacen que este no pueda encuadrarse en un único modelo de tipología textual.

Según Ponce (2006) ofrece la siguiente definición para los textos turísticos:

« Conjunto de documentos que informa de las cualidades (arquitectónicas, paisajísticas, geográficas...) de un determinado lugar y/o entorno que, además cumple con una finalidad eminentemente publicitaria al pretender sugerirnos la visita de los lugares descritos».

Los textos turísticos de ese tipo son siempre en mayor o en menor grado, texto publicitario y el grado en el que se combine el contenido informativo o el publicitario dependerán de la función que el texto debe cumplir respecto al público destinatario.

Podemos entender a esta definición, el concepto de texto turístico que debería ser mucho más amplio, ya que en esta categoría no solo deberíamos incluir los textos relacionados con la promoción turística sino también otros tipos de textos que están ligados a la industria turística, tanto en su vertiente comercial, como de gestión o incluso, investigación a esas otras vertientes que corresponden a otro tipo de textos turísticos como las reservas, los itinerarios, los informes, los ensayos,... etc.

El texto turístico, en su aspecto convencional, adopta la forma de guías o folletos que se caracterizan por una frecuente anonimia. Por otra parte según (Schwartz 1993, pág. 03) el tipo textual « texto turístico » tiene como finalidad llevar el producto hacia el receptor meta y, en consecuencia, la modalidad textual principal es la expositivo argumentativa y la función predominante, la apelativa. (Reiss, 1983:64).

El texto turístico se enmarca dentro de unos parámetros temporales cambiantes y se vuelve obsoleto en un espacio de tiempo muy reducido debido a la fuerza y la diversificación

del mercado. El riesgo de inadecuación incluye tanto los referentes extralingüísticos como la lengua misma.

Así, Kelly (1997) define el texto turístico como

"todo texto publicado por una organización pública o privada y cuya finalidad sea ofrecer información a los potenciales visitantes o anunciar o pronunciar un destino y fomentar los viajes a ese destino" (p.35)¹².

Además, González Pastor (2012) proporciona una nueva y amplia definición del texto turístico, que engloba ya las nuevas modalidades textuales de nuestro tiempo y considera el texto turístico como un texto especializado:

« El texto turístico es un texto multifuncional, multidiscursivo y multidisciplinario, cuyo dominador común es informar, promocionar o convencer el destinatario de un determinado producto turístico. Sin embargo, en el texto turístico también tienen cabida textos especializados y profesionales cuyos destinatarios son los mismos profesionales del sector, así como nuevas modalidades textuales surgidas del uso de géneros discursivos novedosos, como son los blogs, los foros, los libros de visita o las páginas de web privadas e institucionales de promoción hoteles, vinculados todos ellos a internet». (p.118)

Los textos turísticos poseen, según Bugnot (2005), un carácter singular por *"la diversidad de sus modalidades textuales y sus funciones" (p.38)*. Son textos que, en numerosas ocasiones carecen de independencia y se ven absorbidos por otros, como los textos publicitarios.

Por otro lado, en el discurso turístico predominan la función informativa o referencial y la función apelativa u operativa (Kelly, 1997, Dann, 1996; Calvi, 2000, 2006) según Jakobson las otras cuatro funciones establecidos en 1984 (función expresiva o emotiva, función fática, función metalingüística y función poética) también se observan en el discurso turístico dentro de la multifuncionalidad (Hatim y Mason, 1990) de los textos turísticos, se observa una jerarquía según el tipo de texto. Duran Muñoz (2008) al contrario de Reiss, (1986), que otorgaba al texto turístico una función operativa, afirma que la función referencial ocupa el puesto prioritario en el discurso turístico con respecto a las demás funciones.

3.2. Tipología de los textos turísticos

¹² Kelly, 1997, «Cualquier texto publicado por una organización publicada o privada de cualquier tipo a) Para dar información de cualquier tipo de visitante o b) Para anunciar un destino (Ciudad, hotel, restaurante, etc) y animar a los visitantes a ir allí...»P.35. *dspace.library.uu.nl/.../Tesina_2010_Narda_Perton_3*.

Los textos turísticos, se observa una jerarquía de funciones según el tipo de texto:

En el primer lugar, Kelly (1997) nos habla de la amplia variedad de textos que se pueden encontrar en el ámbito turístico y que conforman los géneros textuales, específicos de este ámbito. Entre ellos destacan la guía turística, el folleto turístico, los catálogos, los reportajes, y artículos publicados en revistas especializadas y revistas no especializadas o de promoción, los anuncios publicitarios y las páginas web. Además de estos Kelly incluye los textos operativos para el turista, que según ella serían los textos producidos por las autoridades y las instrucciones o recomendaciones de diferentes empresas del sector.¹³

Por su parte, Deliste (1993) y la escuela canadiense también estudian los parámetros para la identificación del tipo textual turístico y lo conciben « como un texto pragmático¹⁴ » en el que se combinan denotación y connotación y en el que la realidad no suele ser objetivo.

Calvi (2010) considera las propuestas basadas en la noción de género son las más apropiadas para analizar las peculiaridades de los textos turísticos y su relación con el contexto sociocultural en el que se insertan. Podemos entender que la autora esboza una clasificación de los géneros textuales turísticos capaz de reflejar la complejidad de las relaciones profesionales implicadas¹⁵.

Pues, consideramos que es necesario dar una definición acertada de tipo de texto turístico, Hay diferentes tipos de ellos. Empezado con una definición general de tipo de texto propuesta por Lux (1981):

«Un tipo de texto es una clase de texto reconocida y relevante en el campo de los textos verbales coherentes, cuya constitución, margen de variación y cuyo uso en contextos y tipos de variación y cuyo uso en contexto y tipos de acciones circundantes están sometidos a reglas. Una parte de la identidad de un texto la constituye su pertenencia a un tipo de texto. Desde el punto de vista formal, podemos describir el tipo de texto como la combinación de rasgos distintivos (cuyo número ha de

¹³ Este créalo cubre una gama muy amplia de tipos de textos, de folletos enviados al extranjero para promover un destino en particular a través de folletos disponibles en el auto que es el destino, guías turísticas disponibles país de origen del turista, a los menos, folletos de información publicados por las autoridades responsables de los momentos y otros materiales conferencia o advertencia de la policía en relación con dos y no es para los visitantes dspace.library.uu.nl/.../Tesisna_2010_Narda_Perton_3.

¹⁴Deliste, 1993: el texto más pragmática que connotativo denotativo; lo alto objetivo principal de comunicación de la información que da lugar generalmente aun interpretación única; tiene una utilidad inmediata ya menudo efímera <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17501/tesisUPV3877.pdf?>

¹⁵ En su artículo los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación textual del texto turístico en el marco del proyecto de investigación linguaturismo, quien tiene por objeto la creación de corpus textuales paralelos y comparables en español e italiano-WWW.linguaturismo.it. [fecha de consulta: 9/2011].

establecerse individualmente para cada tipo) propios de los criterios de clasificación que definen los tres aspectos semióticos básicos del texto (representación del mundo, función comunicativa, estructura propia». (p.273)

Podemos entender que la elaboración de una tipología textual que comprenda todos los factores implicados en la información de un texto es una tarea compleja para lo que no parece existir unanimidad en la comunidad investigadora.

En este apartado, Hurtado (2001) hace la siguiente afirmación:

« Todos somos capaces de distinguir un manual de instrucción de un folleto turístico, una carta al director de un artículo de opinión, una novela de un poema, una conferencia de una entrevista, etc. Sin embargo, dada la inmensa gama de textos existentes, no resulta nada fácil agrupar los textos por características comunes y proponer su clasificación en relación con los rasgos que los identifican. Prueba de ellos es que existen numerosas propuestas de clasificación textuales con criterios diversos». (p.458)

Podemos destacar que la tipología textual resulta al ámbito lingüístico contractivo e intercultural.

Así mismo, la variedad de los textos turísticos, no resulta fácil establecer una clasificación. Calvi (2010) describe los géneros discursivos propios del lenguaje del turismo:

➤ La Promoción y descripción del destino turístico:

Notamos que la promoción turística presenta una necesidad fundamental según la definición de Kotler (1999), se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. También según Victor Middleton

«Son todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda (Middleton, 2001:90),

Por otra parte, podemos entender que la descripción y narración son operaciones discursivas estrechamente vinculadas con la guía turística desde su irrupción como género textual del turismo. Para Guido López (1984:76), la descripción es

"el procedimiento literario que permite caracterizar un objeto, un paisaje, una persona, o una situación a través de la observación sensorial y de los datos que nos proporcionan las sensaciones internas"

Sin embargo, la promoción y la descripción en un texto turístico:

- Destaca la presencia de colocaciones recurrentes ejemplo; combinaciones entre adjetivos y sustantivos con valor ponderativo.
- Recoge los textos destinados a los turistas.
- El léxico empleado, procede de otras aéreas y disciplinas (geografía, historia del arte, gastronomía).
- Representa la vertiente más original del lenguaje del turismo.

➤ Gestión :

Podemos entender que la gestión es un amplio abanico de actividades relacionadas tales como agencias de viajes, restauración, hostelería, transportes, seguros, congresos y ferias.

Asimismo, se maneja una amplia gama de géneros textuales orales (interacciones entre expertos, interacciones entre operadores y público, etc) o escritas (billetes, revistas, factures, normativas, catálogos, etc).

También, la gestión genera la mayor parte de la terminología específica tales como circuito, hotel rural, vuelo chárter, en régimen de alojamiento y desayuno; pensión completa, hotel tres estrellas, etc)

➤ La reflexión teórica sobre el fenómeno del turismo y sus características:

Existe en diferentes campos; en la economía, la geografía, la psicología social y la antropología. También, las teorizaciones contribuyen a la acuñación de neologismos relativos a los aspectos tipológicos y motivacionales del turismo como el turismo sostenible; turismo durable, turismo de masas. Sin embargo, se caracteriza por la interdisciplinariedad. Pues, es el nivel científico más alto.

Podemos plantear la siguiente distinción de textos turístico que son:

- Textos publicitarios (anuncios escritos o audiovisuales).
- Textos informativos (folletos, itinerarios).
- Textos descriptivos (guías de viaje, reportajes, foros y blogs).
- Textos operativos (como lugar, informaciones prácticas).

- Textos narrativos (cronologías, breves narraciones históricas, leyendas).

Podemos notar diferentes tipos de textos, por un lado tenemos los anuncios publicitarios y por guías turísticas. El primer tipo está destinado a vender un producto o promocionar una imagen y corresponde «*al grado máximo de exhortación*» (Victoria Calvi 2004:62). En segundo caso hablamos de tipos de texto informativos, como por ejemplo folletos y los artículos y reportajes en revistas turísticas en los cuales se mezclan la descripción y la persuasión. Estos textos turísticos informativos, tienen dos funciones principales: informar y persuadir. Estos textos les dan a los potenciales viajeros una idea del futuro viaje y una visión del mundo como por ejemplo amor por la historia y el arte o por un deseo de tranquilidad con la cual quien persuade el lector para que coja sus maletas y se vaya de vacaciones al destino turístico que se promociona¹⁶.

Encontramos «*los textos operativos para el turista*» (Kelly, 1997:35), también las guías turísticas de distintos lugares como de los museos, las condiciones generales de cualquier contrato turístico (transporte, viajes). A pesar de que estos textos son considerados como textos no promocionales, las guías turísticas e incluso los mapas y planos de ciudad, incluyen un lenguaje similar de los textos promocionales, en cuenta se refiere a la descripción de lugares, que emplean un lenguaje para indicar la belleza de los lugares, de los monumentos, ciudades...etc.

Cantón Rodríguez (2003:202-203) clasifica los escritos turísticos¹⁷ según dos criterios:

1. "atendiendo a los tres sectores profesionales más importantes agencias, hoteles y restauración".
2. "En torno a los aspectos de operatividad: documentos funcionales y documentos operativos¹⁸".

Podemos destacar las cinco macro géneros que va a permitir distinguir una serie de productos textuales, diferentes géneros y tipologías textuales:

¹⁶ Narada, Pertón *La traducción de los textos turísticos*, Universiteit Utrecht Vertalen, 2010, p.13.

¹⁷ Caton, Rodriguez: "Los que conoce con el nombre de escritos turísticos de promoción suelen agrupar un conjunto de tipos de escritos que servirán de soporte de información y, la mayoría de las veces, de venta que circulan entre estos profesionales y el público general" universidad de Almería. www.culturadelotro.us.es/actasehfi/pdf/3canton.pdf

¹⁸ Los documentos funcionales son los de la comunicación interna de la empresa, mientras que los operativos son los de promoción y comercialización. www.girtraduvino.com/index2.php?option.

1. *Guía de turismo*

Se conoce como guía que recopila información de interés para dirigir algo con datos referentes, una cierta temática que dirige el viajero para hacer una determinada cosa. Su función es ayudar a los turistas en sus viajes, por lo que incluye informaciones útiles sobre alojamiento, rutas interesantes. También, es una publicación editorial en forma de libro u otro soporte que contiene, además de la guía descriptiva propiamente dicha, itinerarios de viaje, guías prácticas, etc, así como elementos gráficos (mapas, dibujos, fotografías, etc).

Podemos entender que la guía turística, creada por los expertos y dirigida al turista, en la que sobresale la función informativa, como afirma Calvi (2006:33), una guía turística tiene un formato parecido al de un libro y cuenta con algunos rasgos diferenciadores, a saber, la descripción de los destinos turísticos desde un punto de vista geográfico y cultural, información sobre los recorridos que se pueden realizar y todo lo concerniente a los aspectos logísticos del viaje. También, información adicional, imágenes de los lugares, anécdotas y curiosidades, por lo general, las guías turísticas cumplen una función no solo informativa sino también persuasiva, ya que intentan influir en el lector y convencerle para que escoja un determinado destino.

2. *Los folletos turísticos*

Se puede considerar como textos instrumentos para informar y entusiasmar al lector de modo que vaya a comprar el producto turístico que ofrece el folleto. Para lograr esto, el texto tiene que ser eficaz. Tanto el estilo, como el contenido y el deseno poder influenciar la eficacia de un texto.

Así mismo, es una publicación de distribución gratuita, en forma de cuadernillo o desplegable que también suele combinar partes descriptivas con secciones prácticas y elementos gráficos. Este tipo de textos desempeña una función informativa y promocional y contiene menos información pormenorizada que las guías turísticas, los folletos persiguen el objeto de atraerla atención de los potenciales turísticas a través de una información más esquemática y sencilla y «*combinan* en distintas proporciones la tipología descriptiva de las guías y el planteamiento *propagandístico del anuncio publicitario*¹⁹ » (Calvi, 2006: 37). A

¹⁹Podemos decir que el anuncio propagandístico publicitario propone y que son captados por la masa receptora dilucidar los valores que el anuncio propagandístico publicitario atribuye como elementos constitutivos del hombre, y que son captados por la masa receptora". <https://www.um.es/.../tritonos-03->

diferencia de la guía, el folleto se caracteriza por su estilo promocional muy cercano al lenguaje publicitario.

3. Los catálogos de viajes

Podemos entender que los catálogos de viajes representan la forma más sencilla e inmediata de recabar información sobre un determinado destino turístico y sus atractivos en términos culturales y, más en general, de oferta turística quizás sea la modalidad más comúnmente adoptada a la hora de programar un itinerario de viaje. En ello, los usuarios pueden encontrar toda la información necesaria y las sugerencias prácticas para organizar su viaje.

También, este catálogo de viaje contiene programas que tradicionalmente suele encontrarse en formato papel con abundancia de elementos gráficos y fotografías, pero también lo encontramos en formato electrónico en la web de las agencias de viajes.

4. Revistas de viajes y turismo

Suelen ser revistas especializadas suplementos de periódicos o secciones dentro de los mismos, también pueden ser revistas editadas por los propios agentes turísticos.

En su interior, se encuentran artículos, reportajes, guías prácticas y anuncios, etc.

5. Páginas de web

Emitidas por instituciones nacionales, autónomas o municipales, o bien por organizaciones comerciales o comunidades de viajeros. Contienen guías descriptivas, guías prácticas, secciones reservadas a los profesionales (con foros y normativas), foros de viajeros y blogs. Su pertenencia al ámbito institucional o comercial puede influir en la riqueza informativa, en el estilo, etc, aunque el propósito dominante suele ser promocional.

3.3. Estructura del texto turístico

En los textos turísticos, encontramos una serie de estructuras que se repiten insistentemente, y si bien puede ser excesivo hablar de fraseología, hay que tenerlas muy en cuenta. Se trata de oraciones que empiezan con un complemento circunstancial generalmente de lugar o varios separados por comas, siguen con el sujeto a veces no aparece, la oración sino

solo en el título y el resto de la oración, que puede incluir más complementos. Veamos algunos ejemplos:

- *Situada orillas del Duero, esta villa, antigua laza fuerte, conserva en la actualidad parte...*

En este ejemplo vemos una yuxtaposición de elementos, en la que aparece en primer lugar un CCL, luego el sujeto una aposición, el verbo y después la oración sigue con normalidad.

- *Cercana a la colegiata, a la izquierda, desafiando a la historia, a la ciudad y a su más importante monumento cristiano, se levanta la alcazaba, con sus bien conservadas murallas, ajardinada en la actualidad al gusto granadino.*

Este es un modelo más complejo que el anterior. Vemos como el sujeto aparece después del verbo y después de cuatro complementos yuxtapuestos. También en este ejemplo destaca una anteposición poco habitual del adjetivo al sustantivo: bien conservadas murallas.

También hay una serie de expresiones "fijas" que encontramos en muchos documentos. Son expresiones del tipo: *declarado/a monumento/patrimonio...nacional/de interés turístico..., la gran bella desconocida... para clasificar imágenes y monumento o plaza/iglesia/etc del mismo nombre/homónima.*

Para evitar la repetición de nombres propios. Parte de estas expresiones si entraría dentro de la fraseología del turismo.

Podemos entender que la estructura del texto turístico consta de los siguientes elementos:

1. La portada del documento: con el nombre del museo, la ciudad, el país. En el caso de los folletos turísticos, la portada suele contener un eslogan publicitario o un título sugerente.

Por ejemplo: *¡Alicante, ven cuando quieras!; ¡Sevilla, donde el flamenco te envuelve!*

2. El texto propiamente dicho (descripciones de los lugares, historia, geografía, gastronomía, fiestas y tradiciones, otros lugares de interés, etc):

La cité royale de loches

Remontez le temps et découvrez l'une des plus belles cités fortifiées de France. LE DONJON, haut de 36 mètres, a été construit par Foulques Nerra, comte d'Anjou, au début du XI siècle. S'il figure parmi les plus imposants de son époque en Europe, il est aussi l'un des mieux conservés.

(Extrait du guide Touraine Côté Sud !édité en mars 2010 par l'Agence Touristique de la Touraine côte Sud)²⁰

Santiago, capital de Galicia y meta de millones de peregrinos a lo largo de los siglos, es hoy una de las ciudades más contradictorias de España. Para llegar a su esencia medieval, hay que rascar en fechadas barrocas; y para disfrutar de su personalidad más vanguardista, hay que perderse por estrechas callejuelas, entre muros centenarios que albergan modernos pubs y tiendas de tendencia²¹.

(Extraído de la guía El Viajero City: Santiago de Compostela en dos días, publicado por el diario El País en 2009)

3. La información práctica (acceso, idioma/horario, transportes, clima, moneda, prefijo telefónico, seguridad vial, delincuencia, tiendas librerías, hoteles, restaurantes, etc.)
4. Las ilustraciones: generalmente van acompañando el texto pero en ocasiones llegan incluso a ocupar más espacio que la parte escrita. Es el caso de textos con fines primordialmente publicitarios.

Pueden contener otros elementos como, por ejemplo, mapas, plantas de edificios, publicadas de otras empresas, etc.

5. El texto turístico una traducción especializada

Los textos turísticos constituyen una fuente inagotable de inspiración traductológica, por lo que plantear la comparación de un texto turístico en dos lenguas diferentes con el fin de estudiar las diferentes estrategias utilizadas ante los diferentes problemas de traducción presentados.

Entre los ya muchos intentos de abarcar una mera definición, la esencia de lo que todos entendemos por traducción, hemos elegido la propuesta que formula Jean Dubois:

"Traducción se expresa en otro idioma que se expondrá en un idioma fuente, conservando las equivalencias semánticas y dinámicas"²².

²⁰ extracto de la guía lateral sobre Touraine publicado en marzo de 2010 por la agencia de turismo Touraine.

²¹ extracto de la guía El Viajero City: Santiago de Compostela en dos días, publicado por el diario El País en 2009. ocw.um.es/...turismo...turismo-i-tema-2-el-lenguaje-d

²² JEAN, DUBIOS, el al (1973): *Diccionario de la lengua*, Larousse, Paris. (1979): *Diccionario de la lengua*, Inés Ortega y A. Domínguez (tradicionalistas.), Alianza, Madrid.

Podemos entender que el proceso traslativo contiene cuatro elementos que son: el autor, el tema, el vector y el receptor.²³

Eso quiere decir que el traductor deberá distinguir, y asumir, los factores inherentes a cada uno de estos elementos. En todas y cada una de sus realizaciones, la traducción es un fenómeno único que adapta técnicas y procedimientos, es decir el saber del traductor, el texto que le ha sido propuesto. Como resulta de ello cada recreación del texto original adopta formas distintas según la particular combinación de los cuatro elementos que lo fundamentan tanto en unos rasgos distintivos, derivados de la elección de las

*"estrategias que han de observarse [...] para lograr la equivalencia traductora que convenga en cada caso"*²⁴ como un rasgo privativo.

Pues, ¿Qué es por lo tanto lo que caracteriza el texto turístico? Y ¿Cuál será su ámbito específico de traducción?

Podemos entender que la traducción especializada de textos turísticos como específico y prueba de ello es que la bibliografía dedicada a este tema es muy escasa. Incluso su pertenencia a una tipología textual particular es objeto de controversia. En su gran mayoría, se menciona en relación con los textos publicitarios o, de forma esquemática, en contados artículos de revistas especializadas y estudios didácticos.

Dada la situación, no sorprende comprobar que las traducciones de textos turísticos dejen todavía mucho que desear en cuanto a su calidad.

Tanto es así que sus más recurrentes desaciertos suelen utilizarse en clases de traducción general²⁵ con el propósito de ilustrar procedimientos erróneos de traducción. En general, y del objeto mismo de la información turística. Citamos una nota de protesta - una entre muchas - aparecida hace unos años en la prensa malacitana:

"He tenido ocasión de leer las informaciones sobre itinerarios turísticos en distintos postes triangulares de los que ha instalado el ayuntamiento en el centro de la ciudad y en

²³ "Cuatro elementos siempre se producen en el texto: el autor, el tema [los vectores, los recursos lingüísticos, utilizados] y destinatarios". www.academia.edu/.../Lectura_y_escrit.

²⁴ **HURTADO, Albir**, Enseñar a traducir. Metodología en la formación de traductores e intérpretes, colección Investigación didáctica, Edelsa, Madrid, (1999:248).

²⁵ Aunque no se enmarque en una teoría general de la traducción, sino en una teoría específica de la traducción por pertenecer a textos especializados. Zinaida, Lv ovelcaya, "Información turística" en "Cosas de Málaga", diario SUR Málaga, 7/10/1996.

*varios idiomas. En lo que hace referencia al francés, el texto está lleno de faltas lingüísticas que hacen difícil su entendimiento*²⁶.

Errores lingüísticos, ortografía caprichosa, desconocimiento de técnicas traductológicas, ignorancia de la cultura meta, ausencia de su previsión en las fases de edición, todas estas carencias contribuyen a ofrecer al público traducciones difícilmente aceptables. En el reporte siguiente, reproducido tal como se edita en el folleto de la Semana Santa de 1995, es buena prueba de ello:

Por lo tanto, consideramos la especialización de la terminología turística, nos identifica plenamente con la siguiente afirmación de Durán Muñoz (2008), que hace referencia sobre el papel del traductor turístico:

"El traductor se convierte en un mediador intercultural y adquiere un papel primordial la actividad turística".

Debe actuar de la misma manera que cualquier otro traductor de texto especializado. Eso quiere decir, que debe transmitir adecuadamente el contenido, la función y referencias culturales del texto turístico original, teniendo en cuenta las características particulares del lenguaje turístico.²⁷

Asimismo, no existe razón alguna para considerarlo como parte del lenguaje general ni como parte de otros lenguajes especializados.

Podemos notar que el traductor de textos turísticos cuenta con una formación académica en traducción turística, con la que pueda enfrentarse a cualquiera traducción de esta índole en sus lenguas de trabajo y ofrecer así un buen resultado.

Al final, la traducción del texto turístico es una traducción especializada. Se cofunda en las tipologías tradicionales. En este sentido, se plasma la necesidad acuciante de formar traductores en traducción especializada de textos turísticos.

Para concluir, el lenguaje del turismo se incluye en la categoría de lenguas especializadas que representa una instancia de un discurso altamente especializado utilizando por expuestos del campo turístico; guía, folleto turístico, agencias de viajes, y sobre todo los textos turísticos. Como acabamos de exponer en palabras de Moreno Fernández (1999), *es "un lenguaje profesional"*.

²⁷ Duran Muñoz (2008), editorial Comares, (P. 3).

Capítulo II

*El español del turismo como lengua de
especialidad*

Los lenguajes de especialidad han existido desde la antigüedad. Aparecen en el momento en que el hombre se interesa por aspectos concretos de la realidad que le rodea, lo que da lugar a disciplinas cuya ocupación es observar y estudiar la realidad.

Este conocimiento recibe el nombre de conocimiento especializado. Así los especialistas han tenido la necesidad de denominar los nuevos conceptos que iban descubriendo, desde la Grecia Clásica, pasando por el periodo medieval, el florecimiento de las universidades o el auge del saber científico desarrollado durante los siglos XVI, XVII, XVIII.

Con el descubrimiento de nuevos conceptos, nació la necesidad de darles una denominación y surgió la necesidad de observar los términos como objeto de análisis, por lo que aparece una disciplina llamada terminología. La terminología observa los términos y los términos forman los lenguajes de especialidad.

1. Breves apuntes sobre las lenguas de especialidad

Podemos entender que la importancia de los denominados lenguajes de especialidad es cada vez mayor, lo que ha producido un crecimiento del interés por ellos y las actividades dedicadas a ellos, ya sea como profesores de lenguajes de especialidad, como investigadores en alguna de las parcelas temáticas de las especialidades o de adquisición de conocimiento lingüístico sobre ellas.

Podemos notar sobre algunos autores que definen lenguaje de especialidad es: *"los lenguajes de especialidad son instrumentos básicos de comunicación entre los especialistas"*¹

Las lenguas de especialidad conocidas como "lenguaje para fines específicos" se constituyen unos de los ámbitos científicos más fértiles en el campo de la terminología. Todavía no se ha alcanzado una uniformidad total², pues Gotti (1991) utiliza la expresión "lenguaje especializados" y realiza un análisis puntual de sus características lingüísticas y

¹ (Cabré, 1993:103). [acceda.ulpgc.es/bitstream/.../0233536_00009_0001.p](https://www.ulpgc.es/bitstream/.../0233536_00009_0001.p).

² Tras llevar a cabo una somera de las locuciones empleadas para referirse a esta parcela de la lengua especializada, nos hemos dado cuenta de que tanto en el panorama lingüístico italiano como en el español, existen numerosas denominaciones. A continuación recogimos las más comunes. En el ámbito español destacan: lenguas de especialidad, lenguajes especializados, lenguajes sectoriales, lenguas con/para fines específicos, micro lenguas, lenguas especiales. Resulta pues, evidente que ambas lenguas comparten, en buena medida, los mismos usos lingüísticos. Es más, destaca el uso del "especial/especialidad" que nos permite apreciar una diferencia marcada con respecto a la lengua estándar o común. <https://www.um.es/.../tritonos-03>.

criterios pragmáticos, mientras que otros autores como Lavinio (2008:89) adoptan la locución " lenguajes especiales"³:

Todos los temas de naturaleza especial, en relación con las áreas de expresión, con tratados de conocimientos técnicos y especialistas (...) los estudios han hablado de lenguaje especializado, ahora más amplia, ahora más limitada o centrado en diferentes aspectos de la naturaleza.

Podemos observar entre los estudios que han desplegado una importante actividad investigadora en el campo de las lenguas de especialidad, con especial referencia al lenguaje del turismo, destaca Calvi (2005; 2006) y Calvi al. (2011). Esta autora ha centrado sus intereses en el panorama lingüístico tanto italiano como español, y en un estudio reciente ofrece una visión panorámica en tomo al tema que nos ocupa:

"Las lenguas de especialidad (LE), llamadas también lenguajes para (o con) fines específicos, entre otras denominaciones, son variedades funcionales de la lengua que se ha desarrollado históricamente como instrumento de comunicación en un determinado ámbito científico o profesional"⁴.

Podemos entender que estos lenguajes se basan en las estructuras gramaticales, fonéticas y léxicas de una lengua y se caracteriza por la formación de una terminología propia para expresar los propios conceptos de la forma más clara posible y para favorecer la comunicación entre expertos o entre éstos y el público.

En este sentido, la comunicación será muy especializada con independencia de la lengua que hablen, de la cultura a la que pertenezcan, existen tres niveles de especialidad en el ámbito de comunicación especializada:

1. Comunicación entre especialistas: personas que comparten los mismos conocimientos especializados y adoptan una terminología específica y típica de terminados grupos profesionales (médicos, abogados, jueces, académicos).

³ La autora utiliza la expresión Italiana "lingue speciali". <https://www.um.es/.../tritonos-03>.

⁴ Calvi, 2011: "Comunicación y Mediación Lingüística el Ambito del Español del Turismo", Università degli Studi di Catania, Italia, n°26/1/2014, P.15.

2. Comunicación entre especialistas y semiespecialistas: en este caso la comunicación sigue teniendo un carácter especializado, pero se hace menos densa desde el punto de vista especificidad terminológica. Este tipo de comunicación adquiere una función más bien didáctica y pedagógica, pretende formar a futuros especializados.
3. Comunicación entre especialistas y el público: en este marco la función informativa y divulgativa tiene prioridad frente a la formalidad y la presión léxica. El objetivo es que llegue a un amplio lego en la materia, lo que se puede lograr a través de un proceso de reformulación y simplificación de los contenidos especializados.

Por lo tanto, las lenguas de especialidad existen como ramas de la ciencia; aparecen y se implantan en función de la necesidad de un grupo de hablantes que necesitan comunicarse en un ámbito específico. También, los típicos lenguajes de especialidad son de la sanidad o medicina, el del turismo. Asimismo, los lenguajes de especialidad con la independencia de su implantación motivada por una necesidad se desgajan a su vez en nuevas parcelas.

A modo de conclusión de definir las lenguas de especialidad, Cabré⁵ enumera algunos criterios significados que tienen en cuenta con el tema:

1. Las temáticas: prescinden del uso general que se hace de la lengua en contextos cotidianos e informales y son el fruto de un aprendizaje especializado.
2. Los usuarios: especialistas y receptores.
3. Las situaciones comunicativas: se trata de formales en las que se hace recurso a un subcódigo que responde a parámetros profesionales y científicos.
4. Reglas y convenciones de naturaleza morfosintáctica y pragmática; de acuerdo con el tipo de evento para el que se use la lengua y los textos y documentos que se redactan para el caso específico.
5. Las variedades lingüísticas que las circunstancias comunicativas supongan y los objetivos comunicativos que se pretenda alcanzar.

⁵ Cabré (1993). rua.ua.es/dspace/bitstream/.../8/La_terminología.pdf.

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

Pues, podemos entender que la lengua de especialidad engloban una diversidad de manifestaciones expresivas y comunicativas sociolingüísticas que hacen de su análisis una tarea compleja, lo que puede dar pie a varias interpretaciones.

Para concluir podemos decir que todos los lenguajes especializados hacen uso del mismo sistema gramatical de la lengua general. También, podemos afirmar que las lenguas de especialidad o con fines específicos representan un subconjunto de la lengua que dé cuenta con características diferenciadoras con respecto a la lengua en general y el mismo tiempo comparte con estos algunos elementos que consideramos como los aspectos más importantes de la lengua de especialidad que son:

1. Aspectos léxicos.
2. Aspectos morfosintácticos.
3. Aspectos pragmáticos y comunicativos
4. Tipología discursiva (argumentación, descripción, divulgación, exposición etc).
5. Tipología textual (las ciencias, relacionadas con el mundo de las profesiones y la técnica).

1.1. Lengua general versus lenguajes de especialidad

Podemos notar que la lengua en general o común es el lenguaje que se emplea en un registro culto para expresar nuestras necesidades, sentimientos y, para comunicarnos en la vida diaria, el de las personas que comunican en situaciones que requieren un cierto rigor.

En cuanto el término lenguaje específico o lenguaje de especialidad o si vamos un poco más lejos al denominado en inglés LSP o languages for specific purposes (que se traduce más o menos en lenguajes para propósitos específicos), existe una controversia en la que los diferentes autores no se ponen de acuerdo en la terminología.

Por supuesto, la lexicografía y la terminología no son dos ciencias enfrentadas sino complementarias que se necesitan para redactar y completar ciertos diccionarios, en especial los monolingües.

Sin embargo, el lenguaje de especialidad se considera como un subcódigo de la lengua general que se emplea de una situación concreta en la que se transmite conocimiento

especializado que presenta características sintácticas, léxicas, morfosintácticas y graficas determinadas que los diferencian de otros discursos especializados como expresa Cabré Castellvi:

*"Los lenguajes especializados se consideran como productos predominantes verbales, de registros comunicativas específicos"*⁶.

Para distinguir lenguaje de especialidad y la lengua en general analizar los aspectos textuales propios y pragmáticos lingüísticos, por ejemplo, como los interlocutores (emisor o receptor), la intención y el registro, la función comunicativa en cada situación también las características lingüísticas que los determina y los géneros textuales⁷

Por lo tanto, el estudio de la variedad de la lengua que utiliza los recursos de la lengua general, depende de un ámbito o sector profesional que tiene como objetivo satisfacer las necesidades comunicativas.

Para entender las diferencias conceptuales entere lenguajes específicos y lenguas con propósitos especiales, emitimos el escrito de Cabré, Teresa 2004: 2) *"¿lenguajes especializados o lenguajes para propósito específico?"*⁸

Podemos destacar que la intención no es tanto terminológica como pragmática desde la enseñanza de una lengua de especialidad concreta y también su metodología. En la mayoría de los casos, los profesionales, traductores que solicitan cursos de fines específicos.

Así, se habla de lenguas de especialidad (Lerat, 1997), lenguajes especializados, lenguas especiales, lenguajes especiales (Martin, 1996).

Cabré propone una clara definición entre la lengua general y el lenguaje de especialidad, para ella es una lengua particular está constituida por un conjunto diverso de subcodigos que los hablantes usan "en función de sus modalidades dialectales"⁹, seleccionan de ellos conforme las necesidades expresivas y las características particulares del contexto comunicativo en el que se encuentran. Además Cabré añade con respecto a los lenguajes de especialidad, que están conformados por un "conjunto de subcodigos- parcialmente coincidentes con el subcódigo de la lengua común- caracterizados en virtud de unas

⁶ Cabré Castellvi (2002:22). *dialnet.unirioja.es/.../4883847.p*.

⁷ ISABEL DURAN, Muñoz, Norma, "Estudios de Lengua y Traducción", Cambridge estudiosos de la serie.pp. 49-69.

⁸ En Van Hooft, Revista Foro Hispánico n°26, pags.19-34. artículo de revista.

⁹ Cabré-op.cit, p.127

peculiaridades especiales".¹⁰ Estas características son propias y específicas a cada lenguaje de especialidad, ya sean referidas a la temática, el tipo de interlocutores, la situación comunicativa, la intención del hablante, etc.

Sin embargo, de estos subcodigos, que hacen que la lengua sea un ente complejo con múltiples variedades, toda lengua general está conformada por un conjunto de reglas: fonológicas, morfológicas, léxicas, sintácticas, semánticas y discursivas, que son comunes a todos los hablantes.

Aunque en un principio que ambas definiciones consigan establecer unos límites claros entre lengua general y especialidad, la misma autora reconoce que *"la demarcación de diferencias especiales que definen los lenguajes de especialidad frente a la lengua general es una cuestión todavía hoy bastante polémica y difusa"*¹¹

Podemos considerar que los lenguajes de especializados como códigos de carácter lingüístico, pero diferenciados del lenguaje general, ya que constan de reglas y unidades específicas. Sin embargo, no parece fácil delimitar la frontera entre la lengua general y los lenguajes especializados, ni parece existir consenso sobre cuáles son los fenómenos lingüísticos que los diferencian. También, considera los lenguajes de especialidad como simples variantes del lenguaje general.

Para entender la relación entre la lengua general y lenguajes de especialidad: hay que entender las características especiales en que se desarrolla el intercambio de información¹². Estas características específicas atañen tanto a los interlocutores (productores y receptores de comunicaciones especializadas) como a la situación y la función comunicativa o al canal de transmisión de los datos. Es, de este modo, el uso lingüístico, junto con el contexto comunicativo, el que define la compleja relación entre lengua general y lenguajes especializados, haciendo que ambos tipos puedan integrarse en una lengua natural, tal y como Saber, Dungworth y McDonald proponen:

*"la naturaleza del lenguaje es tal que el lenguaje especiales lenguas generales pueden ser acomodado dentro de unos lenguajes naturales"*¹³

¹⁰Op,cit, p.129

¹¹Op,cit, p. 132

¹² Cabré, op. cit, p.136

¹³ McDonald (1980). www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S2079.

Podemos notar que estas características sirven para dar cuenta de las diferentes variaciones y conexiones entre y dentro del seno de los lenguajes de especialidad; variaciones debidas tanto a la diferencia temática como el nivel de abstracción de la información transmitida en un contexto situacional determinado o al carácter diferencial de los interlocutores. Por lo tanto, las características comunes que los lenguajes de especialidad comparten con la lengua general.

Otros autores, como (Pierre Letrat, 1997: 17), opinan que la noción de lengua especializada es mucho más pragmática considerada como instrumento de transmisión de conocimientos especializados.

Por otro lado, la terminología es un campo especializado, designa los conceptos pertenecientes a dicho campo y juega un papel relevante en la traducción científica-técnica porque son precisamente estas unidades las que se utilizan en los procesos de expresión y transferencia del conocimiento (Faber Benítez, p.2005-2006:13-17, 20).

Rita Temmerman, defensora de la Teoría Socio cognitiva de la terminología¹⁴, también hace una reflexión con respecto a la terminología.

Pues, las lenguas especializadas surgen dentro de la lengua común, compartiendo con la mayoría de sus rasgos estructurales, especialmente en lo que se refiere a la morfología y la sintaxis. Sin embargo se diferencian de la lengua común en que su meta última es la de cubrir las necesidades específicas de comunicación formal y funcional que se plantean en las diversas profesiones u oficios de los más diversos ámbitos.

2. El español del turismo ¿una lengua de especialidad?

Podemos entender que el lenguaje del turismo como una auténtica lengua de especialidad, con características propias en comparación con la lengua común y con otros tipos de lenguajes especializados económica, ciencia y política.

¹⁴ Esta teoría Sociocognitiva de la Terminología se encarga de sustituir la hipótesis objetivista de la terminología tradicional por cognitiva, es decir los conceptos no existen como entidades aisladas e independientes, sino que existen gracias a los textos donde los distintos autores dan testimonio de su forma de entender unas categorías dentro de un determinado Modelo Cognitivo Idealizado, que puede diferir del de otro autor. Esta definición la encontramos en la obra de Temmerman (2000). www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17677014.pdf

Por lo tanto, es muy complicado estabilizar con exactitud el origen del turismo tal y como lo conocemos hoy. Desde la antigüedad los hombres emprendieron viajes hacia lugares nuevos y desconocidos con el fin de encontrar medios de vida mejores dentro del ámbito turístico.

Este fenómeno se puede enmarcar dentro del turismo concebido en el sentido más amplio de la palabra para estabilizar los orígenes del turismo, nos parece acercado a acudir a los planteamientos de Calvi:

"En primer lugar, es imprescindible mencionar la presencia en territorio español, una de las rutas más transitadas de Europa en la Edad Media con el fin de la peregrinación, es decir, el camino de Santiago, por el que forjó la identidad espiritual de Occidente. El descubrimiento del Nuevo Continente puso lugar el énfasis en el más conflictivo de la experiencia de viaje, que es el enfoque de la nueva y diferente, tanto en términos de comunicación con los extraños es en la descripción de la realidad, se dirigió ante la ausencia casi total de modelos"¹⁵.

Podemos notar que la lengua del turismo no se enmarca dentro de los lenguajes propiamente técnico-científicos. Se trata más bien de una tipología de lengua especializada enfocada a varios ámbitos profesionales (hoteles, restauración, agencias de viajes, cruceros, transportes, turismo de sol y de playa, turismo cultural, turismo rural... etc).

Por todo el anterior, es posible intuir que en el lenguaje del turismo se produce una mezcla. Se emplea desde el nivel más especializado reservado a las relaciones entre profesionales.

Por eso podemos plantearnos algunos interrogantes: ¿Se puede considerar el lenguaje del turismo como lengua unitaria en el marco de las lenguas de especialidad?

No es tarea fácil ofrecer una respuesta unívoca. Nuestra postura al respecto está totalmente en consonancia con la expresada por Calvi quien aporta una respuesta significativa y satisfactoria:

[...] El turismo, de hecho, no es una disciplina unitaria que tiene un objeto bien definido de estudio. Pero a nivel profesional, el turismo tiene una fisonomía reconocible, que se divide en varios sectores (agencias de viajes, hoteles y catering, transporte, museos y el patrimonio cultural, la edición, etc.) e incluye numerosas figuras emergentes, vinculados a la diversificación actual, Mercado del Turismo (guías de la naturaleza, los expertos en comunicación y entretenimiento, los programadores de turismo, etc.)¹⁶.

¹⁵ Calvi (2000:13). <https://books.google.com/books?isbn=3540679103>.

¹⁶ Ídem, p. 43

Por lo tanto, el lenguaje del turismo puede ser considerado como el idioma de su especialidad de un campo profesional determinado, dividido en muchos subsectores, que componente temático viene de la combinación de diferentes aspectos técnicos y disciplinas.

En general, el lenguaje español del turismo es particular especificadamente, enfrentaremos al análisis del léxico de especialidad en la promoción del territorio español. Porque la lengua del turismo profesional que a su vez se constituye en micro lenguas según temática y combinación de aspectos técnicos y disciplinarios de Calvi (2001).

Asimismo, el lenguaje del turismo sirve de vínculo de comunicación entre especialistas, sirve de vehículo de comunicación entre hablantes de un grupo lingüístico pertenece a toda la comunidad; es un lengua de especialidad porque es el resultado de una especial relación entre los agentes marcados que intervienen en la comunicación. Por eso, una lengua de especialidad o lenguaje especializado es aquello que combina tanto la perspectiva científica como técnica y profesional.

Podemos notar que el español del turismo constituye una variedad funcional de la lengua común, pero su diferencia de ella en tanto que posee unos rasgos lingüísticos, pragmáticos, y funcionales característicos¹⁷.

Por lo tanto, las características lingüísticas del ámbito del turismo tienen importancia que adquiere esta lengua desde el punto de vista de la funcionalidad. Sin olvidar los aspectos culturales propios de cada contexto.

3. Las características del español del turismo

El lenguaje del turismo se configura como un tipo de la lengua de especialidad a veces a caballo como un lenguaje publicitario cada una de estas tipologías está caracterizada por convenciones de tipo discursivo, cae hacer un recorrido por las características generales del español del turismo.

Asimismo, una buena herramienta para las personas que trabajan o estudien el Español del Turismo es el Diccionario de términos de turismo. En el primero de ellos podemos encontrar desde el punto de vista de su nivel de especialización los siguientes bloques:

¹⁷- Hay que resaltar la importancia del carácter funcional. Un curso español del turismo es un curso español con fines específicos.

1. Palabras que designan las estructuras y la organización turística: se utilizan para la comunicación profesional y aparecen numerosos anglicismos como check-in over booking, etc. En este apartado podemos señalar que en algunas partes de América se utiliza boleto de [avión] en vez billete o pasaje de avión.
2. Palabras que pertenecen a sectores y disciplinas relacionadas con el turismo a que se englobarían disciplinas como la economía, la historia del arte, la gastronomía, etc. Estos términos se emplea con el significado propio de la disciplina a la que pertenecen pero varía su intensidad. En este grupo se pueden incluir las denominaciones de algunas actividades deportivas donde los neologismos son muy numerosos.
3. Palabras que se sitúan en el área periférica del léxico del turismo: se usan en la comunicación dirigida al público, en función afectiva y valorativa, puede tratarse de adjetivos calificativos que connotan la fascinación del lugar turístico. Por lo que se refiere a la formación de palabras el lenguaje del turismo emplea la derivación, que no es muy utilizada. Entre los sufijos destacamos: -al (vacacional), -ero (mochilero) y, el más rentable de todo sería -ismo (senderismo), entre los prefijos multi (multipropiedad).

Los compuestos y las formaciones sintagmáticas son más productivos:

Sustantivo+ sustantivo=sustantivo

Los elementos pueden ir unidos, separados por una guion (hotel-residencia) o separados (clase turista).

Sustantivo +de sustantivo=sustantivo

En este grupo hallan aquellos que describen varios aspectos de organización turística como acompañante de grupo, guía de turismo, turismo de fin de semana, etc. Uno de los términos más rentable, además de turismo es ruta, que valoriza ciertos aspectos de algunos itinerarios como la ruta de los pueblos blancos, Ruta del oso o bien son expresión de lo promoción turística: Ruta de vino.

Sustantivo adjetivo=sustantivo

Esta estructura tiene mucha vitalidad en el lenguaje del turismo y contamos con muchas funciones donde aparece la palabra turismo: turismo juvenil, turismo rural, etc. El vocablo turismo: atracción turística, centro turístico, etc.

Neologismo: el sector de viajes y transportes es uno de los que presentan el mayor vocablo que se han aclimatado. Encontramos por ejemplo la palabra *chárter* que aparece recogida en el Diccionario de la real academia.

Podemos notar que el lenguaje del turismo se incluye entre las lenguas de especialidad y se caracteriza en general por una gran variedad temática e interdisciplinar, pues, otras disciplinas se ven inmersas en el campo del turismo. Más de eso hay también la comunicación publicitaria tiene un papel muy importante en el campo del turismo. También, la información y la promoción turísticas despiertan el interés del turista. Asimismo, los textos turísticos, y sean expositivo informativo, o bien persuasivos-publicitarios, se caracterizan por un léxico específico y una terminología propia e idiosincrásica. Otros rasgos morfosintaxis y discursivos terminan por perfilar esta lengua de especialidad. Pero antes de ocuparnos de estos aspectos concretos, conviene abordar la distinción entre la lengua general y la lengua especializada.

Algunos rasgos de los textos turísticos¹⁸ en general son:

- Las comparaciones: mediante la comparación se establece una relación entre el país de destino y el de origen del turista, lo que inspira una cierta confianza ya que le gusta tener una referencia cercana a él.
- La significación histórica: este recurso hace referencia al contexto histórico y artístico-monumental de un lugar en comparación con otro.
- El anclaje visual: este recurso consiste en la imagen simbólica de un país, o ciudad.
- Las manifestaciones y acontecimientos culturales deportivos o políticos: se trata a que aprovechar las repercusiones de cualquier evento cultural extraordinario con el fin de atraer al turista.
- El elogio: mediante este recurso se expresa un juicio de valor favorable de un aspecto turístico-cultural.

¹⁸ Hernandez y sierra, (2005:239 ,246). gentyll.uah.es/gentyllp/rteam/rcsppub.html

- El valor de la evocación: a través de la evocación se transmiten las percepciones sensoriales, como son los olores o los sabores.

Podemos notar que la importancia del discurso del turismo radica en su poder persuasivo, es decir, la forma en que se utiliza un lenguaje, junto con una imagen para modificar las opiniones del destinatario o receptor de estos mensajes. La industria turística intenta atraer a sus clientes transportándolos a un lugar fuera de lo habitual.

Podemos señalar los aspectos del español del turismo que nos parecen más emblemáticos; notamos que la mayoría de las lenguas de especialidad; el español del turismo se caracteriza por aglutinar ítems léxicos y terminológicos procedentes de varios campos del saber. Además aborda temas y ámbitos de distinta índole, como hemos adelantado con anterioridad: viajes y vacaciones, estancias en el extranjero por motivos diferentes organizaciones de eventos y conferencias, medios de transporte, reserva y compra de billetes, restauración, rutas...etc.

También, una notable densidad terminológica, a menudo a caballo con otros lenguajes sectoriales (lenguaje publicitario, por ejemplo, a la hora de llamar la atención de los turistas, convencerles de que pasen sus vacaciones en un lugar determinado o sorprenderles con efectos especiales.

Por lo tanto, el español del turismo tiende a incorporar elevado número de vocablos y locuciones procedentes de otros ámbitos. Más de eso, en la razón de la variedad este lenguaje especializado se presta la formación de palabras y expresiones nuevas originales que tienden a implantarse dentro del marco comunicativo del turismo. Además como afirma Calvi:

«Las lenguas de especialidad adoptan procedimientos tanto formales como semánticos a la hora de formar palabras nuevas»¹⁹.

De entre estos procedimientos, cabe incidir en la derivación y los compuestos y formaciones sintagmáticas.

La gestión y organización turísticas hacen un uso abundante de estas combinaciones y composiciones de iniciales de palabras, en especial modo, en el ámbito de las agencias de viajes, hoteles y aeropuerto. También, tendencia a la adverbación y su matización. se trata de una característica sobresaliente del lenguaje del turismo que se manifiesta especialmente a la hora de describir lugares, rutas e itinerarios con lujo de detalles.

¹⁹ Es una argumentación sobre las lenguas de especialidad de Calvi

El hecho de emplear muchos adjetivos tiene como objetivo generar expectativas en el potencial viajero, despertar su curiosidad y brindarle una imagen sugerente del posible destino turístico.

Sim embargo, con el respecto al español del turismo, el lenguaje del turismo es también instrumento para la comunicación profesional. Se da en diferentes contextos en los que se produce el intercambio y la tipología de las situaciones comunicativas. Algunos ejemplos del lenguaje del turismo como instrumento para la comunicación profesional, podrían ser: conferencias, exposiciones, agencias de viaje, etc.

Asimismo, este tipo de lenguaje se utiliza en la elaboración de documentos de viaje, tales como billetes, bonos, etc. Estos documentos se caracterizan principalmente por la presencia del estilo nominal, la simplificación sintáctica y el uso de abreviaturas, algunas de ellas de difusión internacional.

4. El español del turismo con fines específicos²⁰

La importancia de los denominados lenguajes de especialización o lenguajes especializados está hoy en día fuera de duda. Las características comunicativas del mundo actual, marcadas por su carácter plurilingüe y por un grado importante de especialización, han hecho aumentar las necesidades de formación en lenguas para propósitos específicos y han abierto la puerta a hablar de lenguajes de especialidad.

Podemos notar que los lenguajes específicos, se percibe una tendencia al alza del segmento de enseñanza del español con fines específicos, especialmente en los sectores relacionados con la prestación de servicios (negocios, jurídicos, turísticos, de traducción e interpretación) y en el ámbito académico (originado por el intercambio de profesores y alumnos en el marco de unión Europea).

También, el hecho de aprender una lengua extranjera ya implica un propósito, un fin, una finalidad. Todo lenguaje está orientado a un fin. La finalidad de enseñanza de

²⁰ cvc.cervantes.es/ensenanza/.../congreso_43_50.pdf.

lenguajes específicos es selectiva ya que consciente o inconscientemente, se seleccionan temas y actividades en función del tipo o perfil del alumnado al que va dirigida.

Por lo tanto, la deferencia entre el lenguaje del turismo y la comunicación profesional²¹ en general se refiere al contacto con el público. Mientras que algunos ámbitos de los negocios, la comunicación tiene lugar principalmente entre especialistas, público que se beneficia de los servicios. Esto se relaciona con la competencia oral, fundamental, en muchas profesiones por ejemplo la de guía turístico, pero también la escrita, indispensable para actividades como la confección de itinerarios, folletos informativos, etc.

En la mayoría de los casos, el conocimiento del lenguaje específico²² debería conjugarse con el dominio de la lengua general, más relevante en el sector del turismo que en otros ámbitos profesionales, dado el mayor peso de situaciones interactivas de la vida cotidiana.

Sin embargo, en el campo del turismo, el dominio del léxico resulta fundamental, dada la gran variedad de áreas interesadas. A parte la terminología técnica de uso internacional, muy influenciado por el inglés, las interacciones y los textos turísticos presentan una gran riqueza léxica, máxima en sectores con marcada variación diatópica. Pensemos, por ejemplo, en la alimentación, cuya terminología refleja los hábitos lingüísticos locales: aparte las denominaciones de platos regionales o nacionales (paella valenciana, mole poblano, gazpacho andaluz..., etc). Los alimentos mismos reciben a veces nombres distintos según los lugares (por ejemplo, en varios países hispano americanos, las judías se llaman frijoles o porotos).

Al mismo tiempo, habrá que insistir en la correcta individualización de los términos culturalmente marcados y, en particular, aquellas palabras propias de una cultura determinada, que no tienen equivalente en las otras (los llamados *relia*)

Otro aspecto lingüístico relevante en el lenguaje del turismo concierne la formulación de las coordenadas espaciales, que se relaciona con la experiencia del viaje y la descripción del

²¹ Comunicación Profesional es un equipo de profesionales del Periodismo y el Márquetin que apuesta por la profesionalización de la comunicación a través del diseño, desarrollo y evaluación y en un plan de acciones específicos.

²² Lenguaje específico: es el lenguaje que se utiliza en una materia determinada específica.

ambiente. Los elementos lingüísticos interesados (preposiciones, adverbios, locuciones, etc.) representan un terreno crítico en el aprendizaje de una LE en cursos dirigidos a profesionales del turismo, deberán ser objeto de reiteradas prácticas: aparte los casos más comunes (uso de “a», en”, etc.), habrá que insistir también en toda la gama de expresiones utilizadas para precisar la posición de un objeto en el espacio (“por encima de “,”por debajo de”, etc.).

Asimismo, la competencia intercultural²³, adquiere especial relevancia en el mundo del turismo, el enfoque intercultural hoy dominante en la enseñanza de LE promueve una toma de conciencia de las especificidades culturales a través de la lengua; se pretende que el alumno tiene una "mirada turística", que se mantiene externa del objeto que observa, y se acerque a la mirada del nativo, con el objeto último de eliminar las barreras de incompreensión entre culturas distintas. En el caso del turismo, estas nociones adquieren un peso esencial y exigen instrucción específica; las clases de la lengua pueden contribuir a potenciar este saber mediante la lectura y el comentario de textos turísticos, en los que dichos contenidos se presentan integrados, en relación con el territorio concreto. Dada la actualidad expansión del sector, la disponibilidad de materiales, tanto en papel como electrónico, es enorme.

En resumidas cuentas, la competencia intercultural es un requisito fundamental para un profesional del turismo, y deberá articularse en varias habilidades y componentes, entre los que se destacan:

- Identificación y superación de los estereotipos relativos a la cultura extranjera.
- Conciencia intercultural: capacidad de identificar las peculiaridades de la cultura extranjera, tanto en relación con la cultura propia como con otras conocidas.
- Competencia comunicativa y pragmática: conocimiento de los comportamientos sociales y capacidad de actuar en las más diversas situaciones interactivas. Se requiere, por ejemplo, el uso apropiado de los tratamientos y fórmulas de cortesía, también en sus variantes diatópicas.
- Conocimiento de diversas disciplinas (geografía, arte, historia, gastronomía etc), capacidad de relacionarlos con los elementos lingüísticos.

²³- Comunicación intercultural se produce con frecuencia en la sociedad actual, caracterizada por la pluriculturalidad. cvc.cervantes.es/.../compintercult.ht.

Por eso, podemos notar que el lenguaje del turismo también es fuente de los términos culturales sobre todo en la descripción del producto turístico, en la que se valore el peso de la tradición local. El sector de la hostelería nos ofrece un ejemplo interesante de como la dimensión internacional puede conjugarse con lo local: al lado del internacionalismo Hotel.

En realidad, el hecho de que se considere una variedad del español, no debe conducirnos al error de creer que se trata de un tipo de lengua totalmente distinta del que llamamos Español General²⁴.

A modo de conclusión, podemos analizar breves apuntes de las lenguas de especialidad: el español del turismo y sus características como lengua de especialidad. El turismo sigue representado como uno de los sectores que más posibilidades profesionales tiene. Como lengua de especialidad, el español del turismo constituye una variedad funcional de la lengua común. En su texto *lengua y comunicación en el español del Turismo*, Calvi emplea la locución “Lenguajes para fines específicos” y puntualiza que:

“[...] por lo que se refiere a la relación con la lengua general, la noción de la lengua especial remite a un subsistema autónomo, dotado de reglas convenciones diferentes de los que posee la lengua común”²⁵.

Por lo general, podemos notar la gran utilidad del español del turismo dentro del ámbito de las lenguas de especialidad o con fines específicos.

²⁴- El español con Fines específicos: el español del turismo. Centro Virtual Cervantes © Instituto Cervantes, 1997-2015. Reservados todos los derechos. cvc@cervantes.es

²⁵ **MARÍA, VICTTORIA, Calvi**, “*la lengua y comunicación en el español del turismo*”, editorial palabras y cultura en la lengua del turismo, Universidad de degli estudio de Milano, Italia, 2006, p.10.

Capítulo III

*Una visita de una guía turística a
Argelia, elegimos lugares de interés.*

El turismo tiene una fisonomía reconocible, que se divide en varios sectores (agencias de viajes, hoteles, transporte, museos, la edición y el patrimonio cultural,... etc.) e incluye numerosas figuras emergentes, vinculados a la diversificación actual Mercado del Turismo tales como la guía turística.

El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Calidad de un buen guía de Turismo:

- Poseer datos históricos y una amplia cultura general.
- Haber recibido un entrenamiento adecuado en una Escuela Básica de Turismo.
- Conocer la región como la palma de su mano.
- Conocer la cabalidad de la oferta turística y de servicios públicos.
- Puntualidad y honradez.
- Dominio del idioma en que va a guiar.
- Tolerancia y cordialidad en el trato.
- Buen presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado.
- Asequible por teléfono.
- Haber participado en un curso de primeros auxilio.

Sin embargo, el papel de la guía turística¹ permite hacer turismo en lugares de culto, su papel es tanto para dar información histórica y realizar la vigilancia encubierta. Lo que debe guiar el turista también a acompañar a los visitantes durante todo circulo y asegúrese de que no hay rezagados y predecir el movimiento de personas con discapacidad y explicar la historia del lugar y los objetivos. Así, atraer la atención de los visitantes sobre la importancia de su conservación y evitar que el público entre en contacto con objetivos, destacando su fragilidad.

El papel del guía se puede suponer, en parte por un supervisor y acceso a la información.

Por el fin, el guía turismo es un elemento clave para gestionar al patrimonio cultural de un destino de ahí la necesidad de que participe desde la propia planificación de su gestión has con llevan a un eficiente conservación del mismo.

¹ Es aquel individuo que se dedica a orientar a un grupo de personas en un entorno de turismo, mostrándole aquellos lugares más destacados del espacio que están visitando. https://es.wikipedia.org/wiki/Guía_turística.



El turismo mundial registro un alto crecimiento en 2010²

² www.elmercurio.com.ec. [11/09/2015].

En esta parte intentamos analizar una visita del guía turística a Argelia. Asimismo, elegimos lugares de interés en Argelia con el fin de conocerla.



Argelia es el segundo país más grande de África, después de Sudan, y el mayor del Magreb. La mayor parte del país la ocupa el Desierto del Sahara, el resto, al norte, lo completa la Región del Tell.

A pesar de que Argelia atraviesa por difícil situación, con periodos de inestabilidad y seguridad para los viajeros no deja de ser un país luminoso, con bellas playas en el Mediterráneo altiplanicies impresionantes extraños oasis y un patrimonio universal, declarado por UNISCO³ como único.

Su desierto es una llamada a la aventura, sus ciudades un reclamo de color y costumbre y los habitantes nobles y pacíficos, lo mejor del país.

En el mismo modo, varios mundos se pueden disfrutar en Argelia, ya sea que gustes de la historia, te apasione la arqueología y las culturas islámicas, o simplemente quieras disfrutar de la naturaleza y de un poco de aventura, los viajes organizados a través del desierto son sin duda algo que nunca olvidarás y sacará el explorador que llevas dentro. Así, disfrutar de la gastronomía y cultura argelina, también es una buena idea de disfrutar y conocer más de esta fascinante cultura.

Por eso, se encuentra todavía en una fase incipiente de crecimiento, es en el sur del país donde se dirige la mayor parte del turismo porque la costa mediterránea de Argelia⁴ prácticamente carece de infraestructura real para alojar a los viajeros en busca de recursos turísticos en el país.

³ La Constitución de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura fue aprobada por la Conferencia de Londres de noviembre de 1954. unesdoc.unesco.org/images/0014/00147330s.pdf

⁴ La Costa mediterránea de Argelia se extiende de oeste a este, de la frontera marroquí a la frontera con Túnez, con casi 1100 km. rutasy mapas.com > Destinos.

Mapa de Argelia⁵

Podemos observar en, que Argel⁶ es la capital y ciudad más grande de Argelia representa la segunda ciudad más grande de Magreb después de Casablanca. La parte moderna de la ciudad de la Argelia es constituida sobre el terreno llano en la orilla del mar. Sin embargo, en la parte vieja surge la escalpada colina detrás de la ciudad moderna.

El arte y la cultura refleja una mezcla inseparable de las culturas árabe, bereberes y francés. Es una tierra de gente hospitalaria que se especializan en diversos artes. Estos concluyen artesanía intrincada joyería locales corales. Argelinos son hábiles en tejer alfombras y creación de alfarería y cerámica artesanal.

⁵ Argelia, situada en el norte de África es el país más grande del continente, que se extiende por un área de 2,381.740 km. Con parte fronteras con Túnez, Libia, Marruecos, Mauritania, Mali, y Níger. Hacia el suroeste es el disputado territorio del Sahara Occidental y las Fronteras del Norte son bañadas por el mar Mediterráneo. espanol.mapsofworld.com › Continentes › África.

⁶ El nombre árabe original de Argel significa la isla y viene de los pequeños islotes que se encuentran en frente de la costa de Alger, pero que hoy no son reconocibles debido a los diques y las barreras de seguridad. www.viajesfotos.com › África › Argelia

Asimismo, el arte musulmán, aunque tiene características comunes, tiene en cada zona sus propias peculiaridades ya que sometidos, uno de los rasgos comunes es el gran desarrollo de la arquitectura en detrimento de la pintura u escultura.



Por lo tanto, los lugares turísticos de Argelia, suelen ser las ciudades cercanas a la costa de Mediterráneo. Así, algunas décadas Argelia era un centro turístico importante, en gran medida debido a que es uno de los países más modernos de África. Sin embargo por diversas razones el turismo decayó, hace unos años, el presidente argelino, lanzó una campaña para mejorar la seguridad del país y atraer visitantes nuevamente. Entre los lugares principales a visitar se puede incluir la ciudad de Argel, que no solo es capital del país, sino la más habitada y desarrollada. A la ciudad llegan con turistas de diversas nacionalidades, pero generalmente europeos. Uno de los sitios más visitados son las dunas del desierto y oasis.

Otros sitios de interés son: *las Ruinas de Djemila, Tassili N'Ajjer, las ciudades bereber, las grandes Mezquitas, el Casba de Argel, y las Ruinas de Tipasa y Timgad.*

La ciudad de Adrar⁷ es famosa por sus múltiples oasis y por una serie de monumentos históricos que se encuentran en los alrededores de la ciudad. En la ciudad de Constantine, se encuentran varios antiguos con decoraciones árabes, así como restos de un acueducto construido en la época del Imperio Romano. Otros sitios de interés suelen ser los museos y centros históricos de las ciudades, así como los monumentos religiosos, Las mezquitas con decoraciones únicas, son dignas de ser fotografiadas.

Finalmente, no puedes olvidarte de visitar los mercadillos al aire libre y tiendas de artesanías.

⁷ Adrar (en árabe: أدرار, bereber:) es la capital administrativa de la provincia de Adrar, la segunda provincia más grande de Argelia. La comuna se basa en un oasis en la región Tuat del desierto del Sahara. Según un censo de 2008, tiene una población de 64.781, frente a 43.903 en 1998, con una tasa de crecimiento anual del 4,0%. Adrar es principalmente un pueblo agrícola, que se caracteriza por su sistema de riego tradicional, el foggara. https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Adrar

Las Ruinas de Timgad⁸

Podemos decir que Timgad, se encuentra en la vertiente norte de las montañas y fue creado ex nihilo como una colonia militar por el emperador Trajano en el año 100. Con su carcasa cuadrada y ortogonal de diseño basado en el cardo. Las dos rutas perpendiculares que atraviesan la ciudad, es un excelente ejemplo de urbanismo romano.

⁸ Las ruinas de Timgad en Argelia son un impresionante conjunto de antiguos restos romanos y se encuentran entre las mejores dichas ruinas en el norte de África. catedu.es/esquemas_geohistoria/tic.../Roma.pdf



Las Ruinas de Djemila

Situada a 900 m sobre el nivel del mar Djemila o cuiculo, con su foro, templos, basílicas, ricos triunfales y casas, es un ejemplo interesante de la ciudad romana de planificación adaptado a un lugar de montaña⁹.

Madaura o Madaurus fue una ciudad y una antigua diócesis de la Iglesia católica de la antigua provincia romana de Numidia.

⁹ No tenemos una descripción de español sobre Djemila, pero tenemos una en [alemán](#), [inglés](#), [francés](#), [italiano](#), Traducción automática de Google. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Djemila>

Las Ruinas de Madaura¹⁰

Fue anexionada al reino de Syphax al final de la Segunda Guerra Púnica por Masinisa. Se convirtió en una colonia romana al final del primer siglo y fue famosa por sus escuelas. Fue la ciudad nativa de Apuleyo Agustín de Hipona, estudió allí. En la lista de mártires cristianos, Madaura figura entre las ciudades donde vivieron muchos de ellos.

Así, se conocen tres obispos de esa diócesis: Antiguos, que celebró el del 407 y Pudencius, que tuvo que exiliarse a causa del rey Vándalo Hunerico junto a otros obispos presentes en la conferencia.

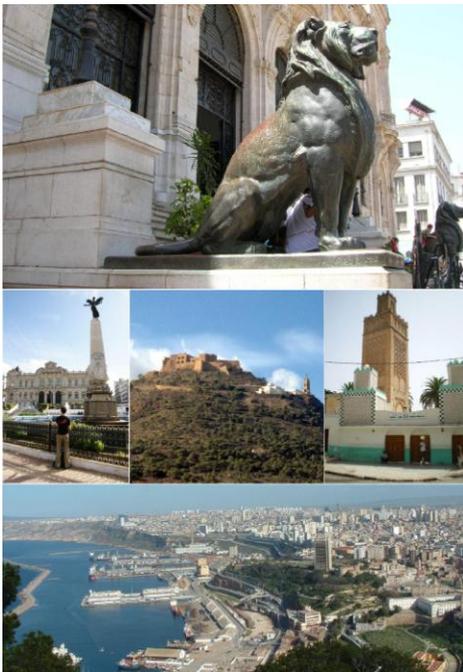
¹⁰ Las ruinas de Madaura se encuentran cerca de Mdaououch, en la actual Argelia. En las mismas se han localizado numerosas inscripciones cristianas, un mausoleo romano, los restos de una fortaleza bizantina y una basílica cristiana. <https://es.wikipedia.org/wiki/Madaura>

Tlemcen¹¹

Tlemcen, (en árabe: تلمسان Tilimsān), es una ciudad en el noroeste de Argelia, y la capital del provincia del mismo nombre. Se encuentra en el interior en el centro de una región conocida por sus plantaciones de olivos y viñedos. La ciudad se ha desarrollado de cuero, alfombras, y las industrias textiles, que los barcos al puerto de Rasghon para la exportación. Tenía una población de 104.158 en el censo de 2008, mientras que la provincia tenía 949.135 habitantes.

¹¹ Una Entidad de Tipo: municipio, en el Gráfico designada, Argelia/Tlemcen [1/05/2012]
www.run4unity.net/2012/es/algeria-tlemcen/

La ciudad de Orán



Podemos decir que Oran lugar de interes (**Orán** rom=Wahrān) es una ciudad del noroeste de Argelia, situada en la costa del mar Mediterráneo. Durante el periodo colonial francés, Oran fue la capital del departamento del Oran. Es importante puerto y centro comercial, y tiene una universidad. El barrio antiguo de la ciudad posee una alcazaba y una mezquita del siglo XVIII.

Una visita a Oran en Argelia¹²

Podemos notar que Oran es la segunda ciudad en tamaño e importancia en Argel, detrás de Argel es Oran.

Esta ciudad costera fue fundada por mercaderes moros alrededor del año 927 d. C. así que tiene siglos de existencia. Por su posición costera, sobre el mar Mediterráneo, siempre ha sido importante en las rutas comerciales y ha sabido establecer fuertes vínculos con España.

El día de hoy Oran es una gran ciudad industrial y centro educativo y cultural del país mientras una parte es de arquitectura nueva, con edificios de apartamentos y casas, es la parte vieja de la ciudad a la que resulta interesante ante los ojos del turista aquí es donde está la gran mezquita construida en 1969, un hermoso edificio que está abierto al público, algo bastante inusual en esta parte del mundo. Otros sitios interesantes es el museo Demaeght cuya colección recorre miles de años y también está la Catedral del Sagrado Corazón, un bello y antiguo edificio que ha sido convertido en biblioteca pública.

¹² diariodeunturista.com/una-visita-a-oran...argelia/7496



Podemos notar que la herencia española en Oran se ve en hermosa ciudadela con su capilla y todo el perímetro que la encierra. Esta ciudadela supo ser un fuerte militar sobre el monte Murdjadjo y se construyó en el siglo XVI poco después de que los españoles conquistaran Oran en ese entonces llamada Oranesado. Fue constituida por el conde Álvarez Silva de Santa Cruz a 386 metros sobre la bahía y Argelia.

También, la capilla a su lado la construyeron los franceses en 1860 y hoy, junto con la ciudadela, es principal centro turístico de la ciudad.

Por el fin, Oran es una localidad costera así que entre sus hermosuras naturales están las playas. Las playas cercanas no están nada mal aunque es mejor tomar un autobús y alejarse un poco más de los alrededores de la ciudad para encontrar agua más limpia y playas más tranquilas. Si estas por Argelia.



El monumento de los Martires

Podemos decir el monumento de los Martires, es un monumento de concreto iconico que conmemora la guerra de Argelia¹³ por la independencia de Francia. El monumento fue inaugurado en 1982 en el 20 aniversario de la independencia de Argelia. Se construyó con la forma de tres hojas de palmera de pie que albergan la “llama eterna” debajo. En el borde de cada hoja de palma se colocó una estatua de un soldado. Cada una representando una etapa de la lucha de Argelia. Asimismo, se trata de un monumento que consta de tres aletas estilizadas que se unen a media altura, una estructura de hormigón construida por la compañía canadiense Lavalin, con base en un modelo elaborado en el Instituto de Bellas Artes de Argel, bajo el liderazgo de Bashir Yelles.

Finalmente, Argelia es rica variedad y muy antigua, cada región cada ciudad y oasis es un espacio cultural en particular.

¹³ <http://www.alger-city.com/endroits-a-visiter/makam-el-chahid.html>.



Queremos expresar que nuestro modesto trabajo, nos ha permitido conocer, y enriquecer nuestros propios conocimientos acerca del español de turismo teniendo en cuenta de que el lenguaje del turismo es un lenguaje específico y se utiliza en el sector profesional.

Resulta a partir de lo que analizamos que el lenguaje se ha desarrollado en el sector profesional del turismo. Se parte de una caracterización de este lenguaje de acuerdo con las situaciones en las que se emplea, desde el nivel más especializado.

Al mismo modo, se ha reservado a las relaciones entre profesionales, a la comunicación que, de formas directa o mediada, está dirigida el público.

Por lo tanto, se delimitan las propiedades de las principales clases de textos turísticos: guía, folletos, catálogo, anuncios publicitarios, etc.

Luego, se pasa a describir las aéreas léxicas implicadas en el lenguaje del turismo y los procedimientos más utilizados para la creación de neologismo¹, subrayando el uso connotativo de algunos vocablos funcional al acto comunicativo.

Al mismo tiempo, hablamos sobre los textos turísticos, tipología y estructura sin olvidar la traducción especializada de estos textos.

Hemos intentado hacer un análisis en torno a las lenguas de especialidad, haciendo especial hincapié en el español del turismo, y enumerar las características más importantes de las lenguas de especialidad.

A este respecto, cabe destacar que el turismo sigue representando uno de los sectores que más posibilidades profesionales ofrece a la hora de incorporarse al mercado laboral.

Por fin, hemos intentando analizar una visita de guía turístico a Argelia, eligiendo lugares de interés con el fin de enriquecer nuestro conocimiento y conocer el papel del turismo y el patrimonio cultural en Argelia.

¹ es un fenómeno lingüístico que es la creación de una nueva palabra o expresión, o para la asignación de un nuevo significado a una palabra existente. Puede ser el resultado de un comportamiento espontáneo, característico del ser humano y el lenguaje, o artificial, con fines peyorativos o no. Generalmente, los neologismos se crean a partir de procesos que ya existen en la lengua: yuxtaposición, fijación, montaje, verbalización y sufijación. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Neologismo>.

Libros

CALVI, M.V. (2010): “*los géneros discursivos en la lengua del turismo*”: una propuesta de clasificación, *Ibérica*, 19,9-32.

ALESON, Carbonello, M.A,” *el español profesional y académico*”: el caso del lenguaje de las industrias del ocio y del turismo, US, Universidad de Surrey.

ALVAZEZ, López, Fátima, (2004), *el español del turismo: programación y recursos*, Actas de las jornadas de Formación de Profesorado ELE, Madrid, Internacional House <http://www.ihnadrid.com/:actas-jornadas/ano2004>.

ALVAREZ, López. F. (2005). “*El español del turismo*”: propuesta de una tarea. En REDELE, números. Aguirre Beltrán, Blanca. (1994). *El español por profesiones*. Servicios Turísticos. Madrid: Arco Libros.

CALVI, M. v. y Provoste, N. (2002). *Amigo Viajero. Cuaderno de español para el turismo*. Bolonia: Zanichlle.

(2009): *el lenguaje del turismo en CALVI, M.V. BORDO ABAZABALZ, M. C. M, G. Santos López, j. (eds.), “las lenguas de especialidad del español”*. Roma, Carroce, pp. 199-224.

CALVI, M. V. (2006). “*Lengua y comunicación en el español del turismo*”. Madrid: Arco libros.

CALVI, M. V. y chierrichtt, L. (2006). *Nuevas Tendencias en el Discurso de Especialidad*. Bern: Peter lang.

CALVI, M.V./ Bordonaba. Zabalza. C. / Mapelli. G/ Santos López. J. (2009).” *Las lenguas de especialidad en español*”. Roma: Carocci. Editori.

ROBLES, Ávila, S. (2009), “*el lenguaje publicitario en el español del turismo*”, En M. Cándida Muñoz Medrano (coord.) *Actas del I. En cuentro sobre Didáctica del español como L2*.

MIRA, Rueda: “*el discurso turístico su tratamiento lexicográfico*”. Universidad de Málaga, tesis doctoral.

BUGNOT, Marie- Ange (2006): “*texto turístico y traducción especializada*”. Estudio critico de un corpus español-francés sobre la costa del sol (1960-2004). Universidad de Málaga. Tesis doctoral.

CALVI, M. V. 2002. *El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos*. Disponible en: <http://cvc.cervantes.esobref/cief/pdf/02/cvc-cief-2-0010.pdf>.

CALVI, M. Vittoria y Milinbonomi, (2008): “*el lenguaje del turismo de los textos especializados a la comunidad de viajeros*”, en Navarra, C, R, M. RODRIGUEZ Abella, F. dalle Pezze y R Miotti, eds. La comunicación especializada, Berlín, Peter lang, 181-202.

CALVI, M. V. (2010): “*géneros discursivos en el lenguaje del turismo*”, *ibérica*, 19, pp. 9-32. Disponible en: www.aelfe.org/documents/01-19. Calvi. Pdf.

Webografía

Es.wikipedia.org/wiki/Turespaña.

www.amazon.com/Espanol...Lenguaje.../847143301...

[www.amazon.fr>...> Livre en langues étrangères.](http://www.amazon.fr...> Livre en langues étrangères)

[https://books.google.com/.../Langua_y_comunicación.](https://books.google.com/.../Langua_y_comunicación)

[www.abc.com.py/.../el-lenguaje-del-turismo-1250856.](http://www.abc.com.py/.../el-lenguaje-del-turismo-1250856)

[www.paperbackswap.com/.../El-Lenguaje/.../8471433.](http://www.paperbackswap.com/.../El-Lenguaje/.../8471433)

[www.priceminister.com/.../el-lenguaje-del-turismo-y-de-Las-relaciones-p.](http://www.priceminister.com/.../el-lenguaje-del-turismo-y-de-Las-relaciones-p)

[www.odiseo.com.mx/.../espanol-fines-especificos-o-e.](http://www.odiseo.com.mx/.../espanol-fines-especificos-o-e)

[www.turismoenafrica.com.ar/viajes-argelia.html.](http://www.turismoenafrica.com.ar/viajes-argelia.html)

[www.africa.comes/lugares-turisticos-de-argelia.](http://www.africa.comes/lugares-turisticos-de-argelia)

[www.africa-turismo.com/mapas/argelia.hlm.](http://www.africa-turismo.com/mapas/argelia.hlm)

[www.vikingu.es/Lugares-de-Inetrés/Argelia_18vc120.](http://www.vikingu.es/Lugares-de-Inetrés/Argelia_18vc120)

[www.orangesmile.com/guia-turistica/argelia.](http://www.orangesmile.com/guia-turistica/argelia)

Diccionarios en línea

CLAVI en línea [<http://clave.libros.net/>].

DICIOS [<http://it.dicios.com.esit/>]

<http://www.wordreference.com/>

Diccionario panhispánico de dudas [<http://buscon.rae.es/dpdI/>]

Fases de un trabajo de investigación académico

(Fuente principal: Hurtado León, I.; Toro Garrido, J. (1998) "Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio". Valencia: Episteme Consultores Asociados)

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.1.- Descripción del problema
- 1.2.- Formulación
- 1.3.- Delimitación
- 1.4.- Justificación
- 1.5.- Recursos disponibles y factibilidad
- 1.6.- Elaboración del cronograma tentativo

2.- SOBRE LOS MARCOS PREVIOS A LA INVESTIGACIÓN

- 2.1.- El marco teórico
- 2.2.- El marco contextual

3.- EL MÉTODO

- 3.1.- Establecimiento de los objetivos
 - 3.1.1.- Objetivo General
 - 3.1.2.- Objetivos específicos
- 3.2.- Hipótesis y/o preguntas de la investigación
- 3.3.- Determinación del tipo de investigación
 - exploratoria,
 - descriptiva,
 - correlacional,
 - explicativa
- 3.4.- Diseño de la investigación
 - experimental,
 - no experimental,
 - cuasiexperimental,
 - preexperimental
- 3.5.- Sistema de Variables
 - 3.5.1.- Variable independiente
 - 3.5.2.- Variable dependiente
 - 3.5.3.- Variables intervinientes
- 3.6.- Operacionalización
 - 3.6.1.- Dimensiones e indicadores
 - 3.6.2.- Cuadro técnico-metodológico de las variables (o de los objetivos)
- 3.7.- Búsqueda de información secundaria (arqueo bibliográfico, archivos, publicaciones, consultas a fuentes vivas)
- 3.8.- Determinación de las unidades de análisis (fuentes independientes de información primaria)

3.9.- Elaboración de instrumentos para recolección de información en cada unidad de análisis

- 3.9.1.- Selección
- 3.9.2.- Diseño
- 3.9.3.- Validación
- 3.9.4.- Ajuste

3.10.- Diseño del plan operativo de muestreo

- 3.10.1.- Definición de la población de interés
- 3.10.2.- Método de recolección de datos
- 3.10.3.- Escogencia del marco de muestreo
- 3.10.4.- Selección del método de muestreo
- 3.10.5.- Determinación del tamaño de la muestra
- 3.10.6.- Elección de los elementos de la muestra
- 3.10.7.- Ejecución del plan

4.- DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

- 4.1.- Logística del trabajo de campo
- 4.2.- Recolección de datos
- 4.3.- Codificación y vaciado de respuestas
- 4.4.- Análisis de resultados

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 5.1.- Interpretación de resultados
- 5.2.- Extracción de conclusiones
- 5.3.- Verificación del logro de los objetivos
- 5.4.- Recomendaciones
- 5.5.- Bibliografía
- 5.6.- Anexos

REPÚBLICA ARGELINA DEMOCRÁTICA Y POPULAR

MINISTERIO DE ESTUDIOS SUPERIORES E

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

UNIVERSIDAD DE ABOU BELKAID TLEMCEM



FACULTAD DE LETRAS, LENGUAS Y ARTES



Departamento de lenguas extranjeras Sección de español

TESIS DE MASTER

OPCIÓN: DIDÁCTICA

**LA MOTIVACIÓN EN EL PROCESO DEL
APRENDIZAJE DEL E.L.E**

PRESENTADO POR:

Hakem Sarah Narimene

DIRIGIDO POR

Dr. Aboura Abdelmadjid

COMPOSICIÓN DEL TRIBUNAL:

DIRECTOR: Dr. Aboura Abdelmadjid

VOCAL : Snr Benmaamar foudad

PRESIDENTE : Dr Bensehla mohamed

Curso Académico

2013-2014

AGRADECIMIENTO

*Agradezco primero a allah, que nos brinda sabiduria, amor, y
paciencia, nos ayuda en los momentos mas dificiles.*

*A los que nos ha dado la voluntad de realizar este modesto trabajo, a nuestro
profesor Dr ABOURA ABDELMADJID que ha aceptado ser el director de este
trabajo por su ayuda y su orientacion a lo largo de nuestra investigacion,
ayudandonos en varios campos del conocimiento.*

*Agradezco muchisimo a los miembros del tribunal que a pesar de sus pesados
cargos han aceptado leer este trabajo, que encuentran aqui la expresion de mi
agradecimiento.*

*A nuestros estimados profesores que nos ayuda mucho y en cualquier momento ;
especialmente durante estos dos anos para mejorar nuestro nivel.*

*Finalmente a todos los profesores y las personas que se cruzaron en este
camino y que me dieron palabras de apoyo y aliento.*

DEDICATORIA

Dedico este modesto trabajo de fin de carrera :

A mi familia.

*A mis queridos padres que me han ayudado mucho con su cariño que me
dieron la vida y han estado con migo En todo momento*

A mis hermanos y hermanas.

*A mi amigas y amigos de la sección de español, gracias por apoyarme
siempre durante dos años de estudio*

A mis abuelos,tios y tias

*A mis Profesores por confiar en mí y por tenerme paciencia conmigo
siempre.*

Y a todos que me conocen.

SARAH NARIMENE

INDICE :

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIO

INTRODUCCION 2

CAPITULO I: La motivación y Sus teorías.

I.1. El Concepto de motivación.....	5
1.1. La definición de la motivación.....	5
1.2. Los Tipos de la motivación.....	7
1.3. Los factores motivacionales.....	9
1.4. Las causas de la desmotivación de los alumnos.....	12
I.2. Las teorías de la motivación.....	15
2.1. La historia de la motivación.....	15
2.2. Las principales teorías de la motivación.....	16
2.2.1. <i>El modelo socioeducativo de Gardner (1985)</i>	16
2.2.2. <i>La teoría cognitivista de Dorneyi(1994)</i>	18
2.2.3. <i>El modelo del constructivismo social de Williams y Burden(1999)</i> ..	20

CAPITULO II: La motivación en el proceso de aprendizaje de lenguas extranjeras

II.1. El aprendizaje de idiomas extranjeras.....	26
1.1. La definición del concepto 'Aprendizaje'	26
1.2. Las estrategias de Aprendizaje.....	28
1.3. Los estilos de Aprendizaje.....	32
1.4. Las variables afectivas en el Aprendizaje de una LE.....	36

II.2. Grupo-Clase «profesor-alumno» en el proceso motivacional.....	39
2.1. La interacción.....	39
2.2. El papel del maestro en la motivación de los alumnos.....	40
2.2.1. <i>Función del Profesor</i>	40
2.2.2. <i>La actitud del profesor</i>	42
2.2.3. <i>Sus creencias</i>	43
2.2.4. <i>La evaluación de sus aprendientes</i>	44
2.3. El papel del estudiante en el proceso motivacional.....	45
2.3.1. <i>La actitud del alumno</i>	45
2.3.2. <i>Las estrategias del aprendizaje de los alumnos en el aula</i>	47

CAPITULO III: La motivación en el aprendizaje del E.LE por alumnos del tercer curso de la enseñanza secundaria

« LA MOTODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN »

III.1. La lengua española en el sistema Educativo Argelino.....	49
III.2. Recogida del curpos de datos.....	50
2.1. La muestra.....	50
III.3. Recursos metodologicos	50
3.1. El cuestionario.....	50
III.4.1. Estudio de los datos.....	51
4.1. El cuestionario.....	51
III.5. Los resultados obtenidos :	61
CONCLUSION.....	62
BIBLIOGRAFIA.....	66
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se trata de estudiar la motivación en el proceso del Aprendizaje del E.L.E por alumnos del tercer curso de la enseñanza secundaria, en nuestro país.

Nuestra elección de este tema se centra en principio a una situación observada en los institutos: “los estudiantes no hacen los esfuerzos para aprender” porque les falta el interés y el deseo de aprender una nueva lengua, y por otro lado, el docente se queja de falta de interés de sus estudiantes, por eso el profesor debe ser consciente de la importancia que desempeña la motivación que tienen que esforzarse a utilizar de todos los requisitos para mantener el estímulo de la motivación

Nuestra reflexión nos ha llevado que se trata de falta de motivación para el aprendizaje”, por eso consideramos que la motivación es uno de los factores psicológicos que juega un papel muy importante en el proceso de aprendizaje, que condiciona la capacidad para aprender una lengua Extranjera.

si la motivación es uno de los factores que lleva a sacar los mejores resultados, entonces cada profesor debe enterarse por la motivación y estudiar todos los aspectos relacionados con la motivación para que el aprendiz tenga ganas de seguir estudiando.

- por esto, debemos responder a las siguientes preguntas:

- 1-** ¿Qué es la motivación ?
- 2-** ¿ Qué papel juega la motivación en el aprendizaje de una lengua extranjera?
- 3-** ¿ Cuáles son las causas principales de la desmotivación de los alumnos?
- 4-** ¿ Cuáles el papel del profesor, y la actitud del alumno en el proceso motivacional?

Nuestro objetivo consiste en principio a estudiar el concepto de motivación, su influencia en el aprendizaje de una lengua extranjera, así pues, descubrir los principales factores de la desmotivación de los alumnos y presentar el papel del profesor y rol del alumno en el proceso motivacional.

- Para alcanzar nuestro objetivo procederemos de la manera siguiente dividimos nuestro trabajo en tres capítulos:

El primero y el segundo capítulo marcan el aspecto teórico de la cuestión y el *ultimo* lo reservamos para el aspecto práctico del tema.

- **En el primer capítulo** empezamos por una definición del concepto “motivación” así que sus tipos, continuamos con la presentación de los factores motivacionales y las causas de la desmotivación de los alumnos, El segundo punto de este capítulo consistirá en recordar las primeras teorías de la motivación: el modelo socio educativo de “Gardner”(1985) la teoría cognitivista de “Dornyei”(1994) y las fases de la motivación de “Williams y Burden”(1999)

- **el segundo capítulo** será el centro de nuestro trabajo “la motivación en el proceso del aprendizaje de una lengua extranjera, empezaremos con la presentación de la palabra Aprendizaje así que sus estilos y sus estrategias, después, dirigimos nuestra atención a las variables afectivas en el aprendizaje de idiomas, y por último lo hemos consagrado la base de nuestro tema “el papel del grupo-clase “el papel del profesor y el papel del alumno” en el proceso motivacional.

- **El tercer capítulo** representará el lado práctico de nuestra tesis, exponemos la metodología de investigación que hemos adoptado, empezaremos con la presentación de la lengua española en el sistema educativo argelino luego partiendo de la recogida del corpus de datos (la muestra), y los recursos metodológicos (el cuestionario) al final, intentamos de mostrar los análisis de los resultados del cuestionario, además, hacer una investigación según la problemática del trabajo, Por el fin, El objetivo de este trabajo es precisar la importancia de la motivación en el aprendizaje del E/LE y acabamos por una conclusión general.

CAPITULO I

La motivación y sus teorías.

1.1. El concepto de motivación :

1.1.¿qué es la motivación?

Para definir el concepto de la palabra motivación podemos tomar como punto de partida la definición que nos ofrece el diccionario General de la lengua española “La Rouse” (2004-824): “*La motivación es la acción y efecto de motivar y motivar ser causa o motivo de algo, explicar el motivo o razón de algo, es un conjunto de factores que determinan el comportamiento*”.

El término motivación viene de **latín** “*motivus*” del verbo “*monere*”: es lo que mueve, que significa causa del movimiento.

La motivación es la fuerza interne de un individuo, que despierta dirige y mantiene una conducta, una actividad determinada. Es decir que el mecanismo de la motivación es:

- La necesidad
- Que despierta el deseo
- El interés trae la atención y orienta las energías del organismo
- Para alcanzarlo a los objetivos

Según **Vigotsky** (1994): la motivación es uno de los factores individuales principales que influyen en el aprendizaje, en la adquisición de una idioma extranjera.

Como señala algunos *filosofas y psicólogos* que la motivación como un impulso que mueve de un individuo a realizar acciones. A partir de estímulos, necesidades, deseos. Con el fin de alcanzar objetivos y persistir en ellos significa que la motivación es como los estímulos, que implica un comportamiento, un impulso, una fuerza interna producida por una necesidad un deseo de aprender una lengua

extranjera, Y consideran al aprendizaje como un proceso que puede ser conceptualizado de manera sintética, es la forma con que los individuos adquieren nuevos conocimientos desarrollan sus capacidades y cambian su comportamiento.

Según **Vieu**: “La motivación en el contexto educativo es un estado dinámico en continuo cambio, en el que aloran percepciones que un alumno tiene de sí mismo y de su entorno y que le incita a elegir una atondad a comprometerse y presérvese en su realización con el fin de alcanzar un objetivo”¹

- Considera la motivación como un proceso dinámico en continuo cambio, en el que o loran percepciones personales del estudiante, su comportamiento, su personalidad y su entorno para conseguir objetivos o metas.

- Para motivar al alumno en el aprendizaje, el profesor no debe centrarse solo sobre la materia utilizada, sino también en las condiciones creadas que desarrollen al aprendizaje de cada estudiante y en las percepciones de los estudiantes que tiene de sí mismos y de lo que el profesor propone al estudiante.

- Llegamos a la conclusión de que la motivación es uno de los factores individuales, que consiste en el conjunto de las razones que impulsan al alumno a realizar un gran esfuerzo para al aprendizaje de una nueva idioma. Con el fin de alcanzar los objetivos, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer una necesidad personal.

- Intentar establecer una relación entre dos factores muy importante en el aprendizaje de una lengua extranjera que son: *profesor-alumno* es decir que requiere *interés y esfuerzo* por parte del estudiante y *dirección* del profesor es decir lo que el docente propone al estudiante, porque al estudiante está motivado cuando siente la necesidad, interés y deseo de aprender lo que está proponiendo.

¹ Traducción de esto texto « la motivation en contexte éducatif est un état dynamique qui a ses origines dans les perceptions d'un élève a de lui-même et de son environnement et qui l'incite à choisir une activité, à s'y engager et à persévérer dans son accomplissement afin d'atteindre un but. »

1.2. Los diferentes tipos de motivación:

- Seguro que muchos docentes aplicaron medios para motivar a sus alumnos pero los resultados no siempre son positivos por eso los profesores buscan cuáles le mejor forma para motivar sus clases. Además los autores distinguen cuatro tipos o formas de motivación que son esenciales para el aprendizaje o intrínseca, extrínseca, integrada y instrumental.

1-Intrínseca: es aquella que parte del interior es decir que el alumno hace algo porque se desea hacer.

Edward decís (1975) “considera la motivación intrínseca como el impulso que hace que las personas hagan tareas por ellas mismas (autonomía que da hacerlas, placer por competencia, prueba de muestra, posibilidad sin buscar ninguna recompensa o regalo)

- A si pues la motivación intrínseca. Vendría dado por el propio aprendizaje o alumno a través de su interés es decir que el alumno se interesa por algo en sí mismo, que necesita obtener el deseo en aprender.

2-Extrínseca: es aquello que parte del exterior es decir que la persona aprende algo en busca de las recompensas, los regalos finales, las ventajas que esta ofrece (el dinero, poder, posición, una buena nota...)

- No todos los alumnos persiguen las mismas metas o objetivos hay unos que piensan en las recompensas que tendrán al aprobar una asignatura, se trate de conseguir cosas externas están solo un medio para un fin.

Llegados a este punto hay que clasificar dos situaciones diferentes:

- *Preocupación por la nota extrínseca* al hecho de aprender y adquirir competencias. El alumno interesa por la actividad que buscare ampliar con otras fuentes de información su trabajo.

- *Preocupación por la funcionalidad intrínseca* de lo que se aprende. El alumno se pregunta porque le obligan a estudiar.

Muchos autores clasifican tres tipos de motivación extrínsecas:

1) Regulación externa: le actividad se hace por obligación con el objetivo de obtener una recompensa, premio... por ejemplo: obligado a estudiar la lengua española.

2) Identificación: elegir hacer tarea porque se le concede un valor importante el alumno. Por ejemplo: decidí estudiar todo la semana porque es importante para mí.

3) Regulación introyectada: la persona impone a si mismo unas obligaciones. por ejemplo: estudiaré para este examen porque el examen anterior lo reprobé por no estudiar.

Williams y Burden (1997) llegan a la conclusión de que es importante presentar actividades que propicien la motivación intrínseca en los estudiantes o aprendices en la fase de inicio como en la de sostenimiento de la motivación, esto supone tener en cuenta la curiosidad, el interés y el desarrollo de una competencia y un juicio además, los teóricos defienden que todas las motivaciones no son motivos de esfuerzo, decisión, contexto social...; son excluyentes y influyendo unos en otros, a si que todos los factores interactúan, influyéndose mutuamente.

También se puede decir que la motivación es provocada por una mezcla de los factores externos y internos: curiosidad, deseo, gusto, el interés de la persona...etc.

3-Integradora: Es el deseo o la necesidad de aprender una lengua para relacionarse y comunicarse con una comunidad de hablantes y al mismo tiempo sentirse parte de ella.

Según **Alcon Saler** (2002:78) "la motivación integradora implica que la persona desea aprender una idioma para integrarse en una comunidad lingüística. De ahí decimos que la motivación integradora estimule el aprendizaje y la adquisición de una idioma extranjera para poder integrarse a una comunidad lingüística.

4-instrumental: Es el deseo de aprender una lengua para acceder a una carrera trabaja o aumentar el salario.

1.3.Los Factores de la motivación:

Los factores de la motivación constituyen elementos que despiertan en el estudiante algún motivo.

Pueden ser internas como puede ser externas :

1)los Factores internos de la motivación:

La decisión de actuar que toná una persona, base de la motivación, determinado por factores internos, los factores más significativos que recopilan de las investigaciones so enumeradas en una lista, su secuencia es un proceso dinámico donde interactúan todos los factores.

Williams y Burden (1997) clasificaron los factores internos de la siguiente manera:

1.*Interés intrínseco de la actividad o tarea:*

- Activación de la curiosidad.
- Grado optimo de desafío.

2.*Valor percibido de la tarea o actividad:*

- Valor previsto de los resultados.
- Valor interno atribuido a la actividad.
- Relevancia individual.

3. Emoción de agencia:

- Locus de control respecto a los resultados.
- Locus de causalidad.
- Habilidad para establecer objetivos apropiados.

4. Sentimiento de dominio:

- Emociones de competencia.
- Conciencia de desarrollo de la destreza.
- Auto eficacia.

5. Auto concepto:

- Conciencia realista de los puntos fuertes y debidos de un individuo, respecto de las destrezas escogidas.
- Indefensión aprendida.
- Definiciones individuales y juicios de éxito y fracaso.

6. Actitudes:

- Hacia idioma objeto.
- Hacia el aprendizaje de lengua.
- Hacia la comunidad y su cultura de idioma.

7. Otros estados afectivos:

- Seguridad.
- Tenor, ansiedad.

8. Edad y estado evolutivo

9. Género:

Al relacionar estos factores con el aprendizaje de lenguas, se considera que los docentes tienen que estimular el interés y la curiosidad de sus estudiantes, hay que conseguir que las actividades sean individualmente relevantes para los estudiantes, tanto en el momento presente como respecto a una futura utilidad, a la vez que desarrollen una emoción de dominio y de agencia.

1) Factores externos de la motivación:

La influencia que ejercen entre sí los factores internos de la motivación, estos a su vez ven afectados por factores externos interactúan con ellos de manera dinámica, los factores externos interactúan entre sí.

Además **Williams y Burden** (1997) clasifican los factores externos de la siguiente manera:

1. Otras aprendices significativos:

- Los padres (familia).
- Los docentes.
- Los amigos compañeros.

2. El carácter de la interacción con otras aprendices significativos:

- Las recompensas.
- El carácter de elogios adecuados.
- Las experiencias de aprendizaje.
- Los castigos.
- La cantidad de retroalimentación.

3.El entorno de aprendizaje:

- Recursos.
- El tamaño de la clase y el centro educativo.
- Comodidad.
- El momento del día, de la semana, del año.

4.El contexto más amplio:

- El tejido familiar.
- Los intereses en conflicto.
- El sistema escolar local.
- Las actitudes locales.
- Los normas culturales.

De todos estos factores, se considera que los que pueden ser tratado en una tarea de aprendizaje, son los referidos a las relaciones con otros individuos significativos, más concretamente con los demás compañeros o amigos de la clase y al docente.

1.4.Cansas de la desmotivación:

Generalmente el termino **desmotivación** definido : como un sentimiento de desesperanza ante los obstáculos o como un estado de angustia y perdida de entusiasmo. La desmotivación considerada como una de los problemas que cada vez está afectado en todos los sistemas educativos.

Las causas de la desmotivación de los alumnos son muy variadas, puede dividirlos en tres factores fuentes principales que influyen en la motivación: ámbito familiar, ámbito escolar y factores internos del alumno.

1) Factores externas de la desmotivación de los alumnos :

1- Ámbito familiar: la familia (los padres) considerada como el factor importante en la motivación y la primera variable y la más constante deseo para aprender. El ámbito familiar podemos citar tres aspectos que afectan directamente en la motivación escolar de los alumnos tales como:

- Su actitud ante el conocimiento y la escuela.
- El tipo de comunicación entre padres y sus hijos es decir falta de participación con sus hijos.
- Las destrezas y habilidades que despliega para motivarles y ayudarles en el trabajo educativo.
- Las recompensas ofrecidas por parte de sus padres.

Clase social:

Los estudiantes de clase alta presentan un mejor uso de estrategias meta cognitivas que los de clase social más baja, es decir que la influencia de la clase social está mediada por el nivel cultural que determina las expectativas, valores, emociones y actitudes de la familia respecto a la educación. En pocas palabras la motivación de logro depende del nivel cultural de los padres.

Medio ambiente:

Hay alumnos que vienen de un ambiente en el hogar que es cariñoso, cómodo y de apoyo trae al salón de clases. Mientras que hay un entorno familiar desfavorable es decir sus vidas no son adecuadas, los estudiantes de este ambiente llegan a la escuela enojados. Amargados, deprimidos, son cosas que afectan directamente en la motivación de los alumnos. En pocas palabras la motivación depende del entorno familiar de cada alumno.

2-Ámbito escolar:

La escuela es la puente principal y exclusiva del conocimiento, sabemos que hay alumnos que realmente animan y ayudan al contexto de enseñanza aprendizaje. Mientras que hay otros que dificultan y entorpecen, por lo que debemos reconocer que todo lo que se realiza en la escuela tiene una influencia mutua, existe una interdependencia entre el comportamiento y actitudes del alumno y la actuación del profesor.

Los profesores tienen un gran influencia sobre sus estudiantes a la hora de impartir una clase, de cómo explicar la lección, su comportamiento que tiene hacia sus estudiantes.

La relación del profesor con sus alumnos es escasa: orden y críticas negativas y por otro lado la falta de responsabilidad y de control de la clase por parte del profesor.

La incompreensión de lo que espera el maestro de su alumno, yendo la meta o objetivo pedagógico no explicado a la pregunta ambigua, por otro modo el paso rápido de la abstracción crea problemas de comprensión.

También el uso de los castigos por parte de los docentes será el primer paso hacia la desmotivación del alumno que lo conducirá a no hacer ningún esfuerzo por parte del estudiante:

Entonces la capacidad del alumno de enfrentar a la desmotivación depende de gran medida a la actitud del profesor.

El sistema escolar: puede influir a los alumnos, ya sea para sobresalir o para revelarse. A si pues que el sistema educativo que está organizada puede tener un impacto negativo en cada alumno, el contrario si es demasiado eventualmente tener problemas de disciplina.

Los programas educativos nacen para conectar, comunicar de una manera directa

con los intereses, deseos de los estudiantes. Entonces la motivación depende del programa educativo utilizado.

-Los compañeros estas sedan por los cambios en los relaciones con los amigos o compañeros y por otro lado por situación conflictiva en el centro escolar.

2) Factores internos de la desmotivacion:

-*La falta de interés del alumno:* hay estudiantes que no interesan por las clases porque se sienten incapaz de resolver las tareas propuestas y de comprender las explicaciones de sus maestros, obtienen un sentimiento de esfuerzo inútil, fracaso y esencia de reconocimiento social.

-*La incompetencia del alumno* puede estar al origen de la motivación extrínseca “el alumno hace la actividad por las ventajas que dan” ejemplo: las recompensas, el dinero...

II.2.las teorías de la motivación :

2.1. Historia de la motivación:

Entre los años **40-50** empiezan las primeras investigaciones sobre la motivación, especialmente a lo largo de una batalla entre dos grandes teorías behavioristas:

Edgard Chace Tolman representante de la universidad de California, su principal preocupación es asegurar el carácter o comportamiento científico de la psicología. Y el investigador **Clark Hull** de la universidad de Yale, percibió la necesidad de unir la motivación al aprendizaje por eso Hull, creó la fórmula $F = D \times H$. **F** significa la fuerza del comportamiento (carácter) también es el producto de dos parámetros, **D** “the drive” significa “el motivo” y **H** es la fuerza de la costumbre que significa el nivel del aprendizaje anterior.

- Según **Hull** el motivo es una motivación psicológica no mental corresponde a una necesidad alimenticia.

- Para **Hull** el aprendizaje = motivación × costumbre es decir que el aprendizaje es el resultado del nivel aprendizaje anterior y de la motivación. También tiene una consecuencia inmediata: la persona que no esté motivado no se puede aprender.

Según **alain lieury y fabien fenouillet**; podemos juzgar sobre la motivación pero no solo por las recompensas sino también por las represiones y la siguiente experiencia nuestra que los complementos y los represiones usadas en la escuela, proceden según la ley del reforzamiento²

A partir de los años 60, nacen las teorías cognitivas sobre la motivación, centran en la experiencia consciente.

Desde los años 70, la rama viene marcada por la determinación de algunos de sus aspectos constitutivos, destacado el autoconcepto como un aspecto nuclear de las teorías de la motivación. En este año, los estudios centrándose en el papel de “la atribución causal”. La percepción de control y de competencia.

2.2. las principales teorías de la motivación:

El sentido de la palabra motivación es muy amplio, que se ha preocupado por varios teóricos desde distintas perspectivas, entre los investigadores que más han trabajado sobre la motivación y su influencia en el aprendizaje hubo: **Dörnyei** (1994),

Williams y Burden (1999) y **Gardner** (1995). Que han estudiado los factores motivacionales y han desarrollado nuevos modelos de aprendizaje para facilitar la actividad del profesor y del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera.

2.2.1. El modelo socio-educativo de GARDNER:

- **GARDNER** es uno de las figuras más importantes que más han trabajado sobre la motivación en el aprendizaje de lenguas extranjeras, dentro de su modelo socioeducativo, un gran investigador y profesor de la universidad de Canadá.

² Lieury A, Fenouillet F. ;(1997). Motivation et réussite scolaire, Dunod. Paris .p15-16.

Según **GARDNER** (1985; 22) “El alumno debe adquirir panitas y destrezas de conducta, que son características de una comunidad del idioma que se aprende.

En este sentido, llegamos a la idea de que una lengua extranjera va unido a la cultura y es imposible aprender esta idioma sin saber la cultura a la que pertenece. Por tanto, los contenidos de enseñanza de idiomas extranjeras se limitan a un conjunto de contenidos culturales y sociales que van unidos al aprendizaje de una lengua (Porcher 1995).

Gardner (1985)³ en su modelo socioeducativo señala que *la motivación es el factor principal en el aprendizaje, es como una combinación del esfuerzo, el deseo y el interés de conseguir la meta de aprender una lengua y las actividades favorables. Para el aprendizaje de un idioma es decir que un alumno motivado es el que quiere conseguir una meta particular, dedica una esfuerzo a lograr ese objetivo.*

Llega vemos de la conclusión de que estos tres factores (la motivación, la ansiedad, y la autoconfianza) están relacionados entre ellos, a si pues que influyen en el aprendizaje del alumno y que es difícil determinar cuáles de ellos es prioritaria, por eso el profesor de idiomas siempre tener en consideración estos tres factores (los actividades, la autoconfianza, y la experiencia) para conseguir que los estudiantes alcancen su mas como potencial de aprendizaje.

- **Gardner** (1985) clasifica las metas de la motivación de los individuos en dos categorías:

- *Integradora* que refleja la actitud positiva hacia los hablantes nativos, relacionada con el deseo, el interés de interactuar y con la cultura de la lengua meta. Con el objetivo de llegar a ser parte de la comunidad.

factores más internos influye en ella (interés, deseo...) es decir: el deseo la necesidad de aprender una idioma derivado del afecto positivo hacia una comunidad de hablantes.

³ Gardner, R. C. (1985). Social psychology and language learning the role of attitude and motivation, Londres : Edward Arnold

- *Instrumental*: interacción nula con la persona que hable, relacionada con el deseo de aprender una idioma y la actitud inmediata para propósitos prácticos (aprobar un examen, obtener un mejor trabajo).

Para concluir, llegaremos que un individuo motivado es quien está dispuesto a aprender, que tiene integralmente la voluntad de identificar con la comunidad del idioma que se aprende y tiene a evaluar de forma positiva la situación de aprendizaje.

2.2.3. La teoría cognitivista de DÖRNEYI:

Uno de los teóricos que más han trabajado la motivación en el aprendizaje de lenguas extranjeras se basado en las teóricas cognitivas de la psicología educacional en los últimos años ha sido Dörney.

- **DÖRNEY** (1994)⁴ señala que la motivación es “un constructo multidimensional que se ve afectado por factores situacionales y el que tienen importancia a los aspectos cognitivos”.
- *Dörneyi* analiza las relaciones que se establece entre el profesor y estudiantes y influencia de los aspectos cognitivos en el contexto enseñanza-aprendizaje.
- *Dörneyi* por entender los diferentes componentes de la motivación del aprendizaje de lenguas extranjeras propone un modelo en tres niveles:
 - *El nivel del lenguaje:*
Comprende varios orientaciones y motivos relacionados con la cultura; la comunidad y la utilidad del idioma que incidirá en las metas que se plantean las personas y en las selecciones que realicen.
 - *El nivel del alumno:*
Son los característicos personales que el alumno aporta a su aprendizaje, estos característicos tales como:
 - a) Necesidad de largo: ansiedad en el uso del lenguaje, competencia percibida en segunde idioma atribuciones causales...

⁴ Dörney. Z. (1994) « motivation and motivating in the foreign language classroom » en Modern language journal. Vol3.n°78.p.p.273, 284 Cambridge. Cup.

b) La seguridad en sí mismo.

El nivel de la situación del aprendizaje:

Este nivel es el nivel más desarrollado incluye compóntenos motivacionales específicos del curso, del profesor y le dinámica del grupo.

- Dörney (1998) declara que no hay “los estrategias y a que las estrategias son usados en diferentes contextos, donde la personalidad del alumno, del docente y la dinámica del grupo puede influir con le efectividad de la estrategia... (afatar).
- Para **Dörney** la motivación es una función en el proceso de pensamiento de un individuo, es decir que la persona realiza elecciones en relación con la forma en que se comporte. Desde el puto de vista cognitivo la motivación está relacionada con los individuos que tomen decisiones, respecto a la forma en que comportan por otro lado la influencia de los factores afectivos de los contextos sociales y de las emociones.

Establecen diez pautas o mandamientos para la motivación del aprendizaje de idiomas de sus alumnos: (*Dörney & Csizér, 1998.215*)

1. Dar un ejemplo personal con la propia conducta, en la clase los estudiantes tengan como el modelo más prominente al profesor.
2. Crea una atmosfera agradable y relajada en el aula, el profesor, debe estar consciente que la ansiedad del alumno creada por una atmosfera tensa debilita la motivación al aprender una lengua extranjera.
3. Presenta las actividades adecuadamente, el profesor debe tener en cuenta de que la tarea debe cumpliendo objetivos reales.
4. Desarrolla una buena relación entre profesor y alumno, un esfuerzo por parte del estudiante, es con el fin de complacer al profesor, es básica en cualquier programa educativo moderno.
5. Incrementa la autoconfianza lingüística sus alumnos, debe mencionar que la auto-confianza no está directamente relacionada con la posibilidad del estudiante, sino mas bien, con una habilidad/desempeño subjetivo.

6. Hacer que las clases interesantes, haz de la clase un momento divertido, agradable, la calidad de la experiencia subjetiva de los alumnos, la forma en que los alumnos usan y desarrollan su conocimiento, es un elemento que contribuye a la motivación para aprender.
7. Promover la autonomía de los alumnos, los estudios recientes nos demuestran que la autonomía de los alumnos va de la mano con la motivación. Los alumnos se vuelven responsables de propio aprendizaje.
8. Personaliza el proceso de aprendizaje, los alumnos deben hallar razones por las que creen que deben asistir a la clase. Aquello se lo puede conseguir por medio de los ajustes a las de cada grupo.
9. Incrementar la orientación de metas del alumno (los objetivos en los estudiantes). Es necesario que los profesores puedan ayudar a los alumnos a establecer objetivos, que sobre todo, toman cuenta y que están orientados hacia la satisfacción de las necesidades.
10. Familiariza los estudiantes con la cultura del idioma meta, la relación que tiene una lengua extranjera y la cultura es muy importante, pues no se puede ni aprender, ni enseñar una lengua extranjera fuera del contexto cultural.

2.2.3. Constructivismo social de WILLIAMS Y BURDEN:

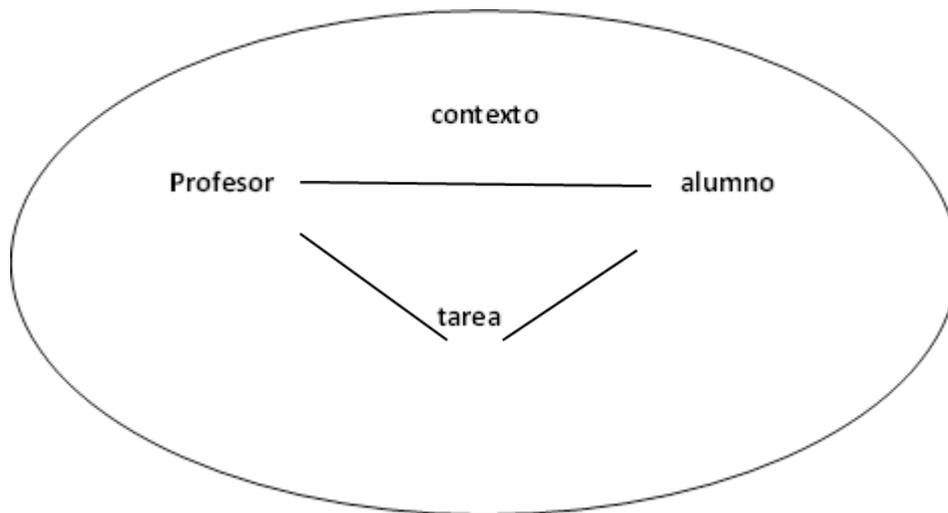
Dos psicólogos que han estudiado la motivación en el aprendizaje de una lengua extranjera.

- **WILLIAMS Y BURDEN (1999; 128)**⁵ han definido la motivación como un estado de actuación cognitiva y emocional, que produce una decisión consciente de actuar y que da lugar a un periodo de esfuerzo intelectual con el fin de conseguir un objetivo.
- Proponen un nuevo modelo de motivación basado en el enfoque del constructivismo social de la educación. Pretenden ampliar el modelo

⁵ Williams, M; Burden. R (1999): psicología para profesores de idiomas, enfoque del constructivismo social. Madrid: Cambridge University Press, p33.

constructivista cognitiva, introducir obras variables tales como los factores afectivos y los factores sociales, este modelo presenta cuatros factores: los docentes, los estudiantes, las tareas y el contexto... que influyen en el proceso de aprendizaje de idiomas.

Asi pués,que este proceso es considerado como dinámico y en el que todos estos factores existen de forma aislada, relacionados entre sí y que forman parte de un proceso dinámico.



Según **WILLIAMS Y BURDEN** (1999;52)

'el modelo del constructuivismo social'

Dentro de un contexto de aprendizaje, el profesores como una guía para los estudiantes, es quien selecciona los actividades tareas y los destrezas por otra parte el alumno, está relacionado de una manera directa con la tarea del profesor o docente en el mismo tempo la tarea es la forma de reaccionar de los alumnos con el docente con sus emociones, valores....(la relación alumno-profesor).

Williams y Burden (1999) establecen tres fases de la motivación en su modelo del constructivismo social.

- La primera fase se refiere a los motivos para realizar la actividad concreta, que pueden ser una mezcla de influencias externas y internas.
- La segunda fase: el individuo decida realizar esa actividad, emplear tiempo y esfuerzo en su consecución.
- La tercera fase: deberá mantener el esfuerzo para alcanzar la meta propuesta.

Queremos destacar la aclaración que hacen los autores sobre lo que se considera motivación y como ellos pensamos que es necesario matizar: “la motivación es más que...más que esto.”

Es importante destacar que estos tres fases siguen un proceso lineal, sin embargo los teóricos insisten en que es un proceso circular en el que los diferentes interactúan dentro del contexto social y la cultura que incidirán en, las selecciones que se hagan en cada fase. Los teóricos de la psicología de la educación defienden que la educación de lenguas extranjeras no se limite solo al aprendizaje de una lengua, así que a la enseñanza a lo que como meta enseñar a los alumnos la forma de desarrollar las estrategias y destrezas para aprender. Es decir que la experiencia sea relevante y significativa para el individuo.

Williams y Burden destacan aspectos de la motivación en el proceso de aprendizaje de las lenguas extranjeras:

- La toma de decisiones para actuar:

Es un componente de la motivación que se puede ser *extrínseca* o *intrínseca*, esas decisiones están influidas por muchos factores. Si los alumnos otorgan un valor al resultado de la tarea es posible, que encuentren más motivadas para hacerla, las personas tienen que ser estimuladas por la curiosidad y el interés.

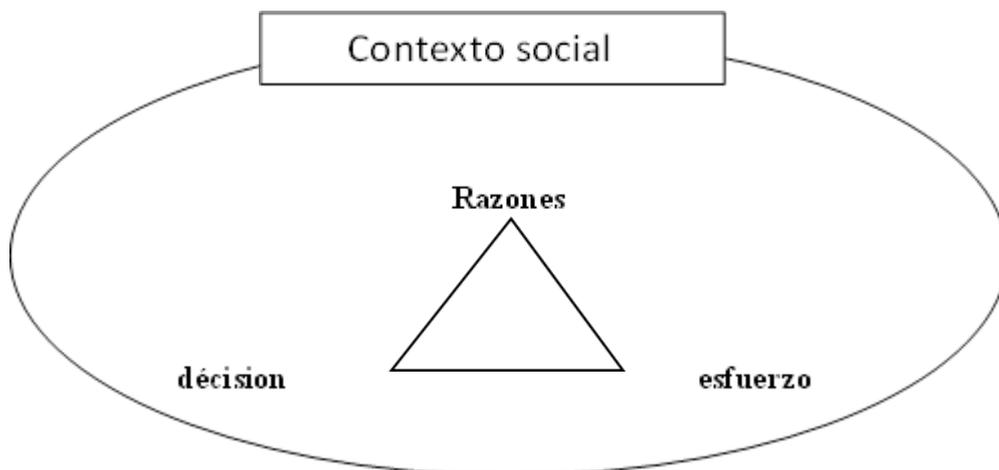
- En la motivación influye la percepción de los sujetos de sí mismos, el hecho de que consideren si controlen o no la situación.

Los alumnos tienen que creer que son capaces de realizar la actividad con éxito, los alumnos poseen diferentes estilos para la motivación, los que tienen el sentimiento de indefensión aprendida.

Según **Williams y Burden** (1999) "el fracaso son debidos a la falta de habilidad y dejen la actividad". Mientras que los que están orientados al dominio pretenden dominar una actividad y hacen todo sus esfuerzos para mejorar su nivel.

- El planteamiento de objetivos son elementos muy importantes en la motivación del estudiante, los objetivos de ejecución deben ser con la apariencia de ser competente, mientras que los metas de dominio tienen relación con el aumento de la comprensión.

- **Williams y Burden** (2001) proponen un modelo de motivación basado en tres momentos:



Modelo de motivación de W y B (2001)

* Primero el modelo en el que al estudiante encuentra razones, objetivos para hacer algo.

* Segundo es el momento en el que al alumno toma una decisión de hacerlo.

* Y la tercera, persiste en su empeño para lograr el objetivo o meta de aprender.

Llegaremos a la conclusión de que la motivación de una persona está sujeta a influencias por parte de factores sociales y afectivos, mientras que la motivación puede activarse externamente “mediante una persona, un acontecimiento..etc o internamente es decir interna a partir del interés el deseo, la necesidad de aprender.

CAPITULO II

*La motivación en el proceso de
aprendizaje de una lengua
extranjera.*

1.1.El aprendizaje de idiomas:

1.1. La definición del concepto “aprendizaje”

Si buscamos el sentido de la palabra “**aprender**” en el diccionario general de la lengua española “La Rouse”, nos encontramos la definición siguiente:

“Aprender es adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio, la enseñanza o de la experiencia “. ¹(La Rouse: 2009.)

-Según **Williams y Burden** (1999): *“El Aprendizaje de una idioma implica mucho más que el simple aprendizaje de destrezas o de un sistema de normas o de una gramática, implica una cita alteración de la autoimagen, la adopción de nuevas conductas sociales y culturales y de nuevas formas de ser, por lo que produce un impacto importante en la naturaleza social del individuo.”²*

Aprender de otras materias en diferente a aprender de una lengua extranjero, que pertenece a la identidad del ser humano, lo cual implica una transformación. Se trata de una nueva forma de ser, apropiarse de nuevas conductas socioculturales como señalan Crookall y Oxford (1988-136): *“aprender un segundo lengua es en el fondo aprender a ser otra persona social”³*

Para **Bernard Py**, no hay adquisición pura, es decir que no hay adquisición sin aprendizaje, porque, en clase, nos damos cuenta que hay conocimientos que han sido adquiridos sin que hayan enseñados como afirma Jean François de **Pietro y Bernard schneuwly**, en la siguiente cita, en lo que concierne los relaciones reciprocas entre adquisición y aprendizaje: *“nos parece que, particularmente, en el domino de idiomas la **adquisición natural** es casi siempre subvalorada, idealizada prohibiéndonos ver realmente lo que ocurre, y como, en los aprendizajes se efectúa en contextos de*

¹ el diccionario «La Rouse » 2009.p88 .(www. La Rouse. Es)

² Williams, M; Burden, R.L, (1999) Psicología para profesores de idiomas. Colección Cambridge Univesity, didáctica de lenguas primera edición.

³ Williams, M; Burden, R.L Ibídem 1999,p186

formación institucionalizadas, y de la presencia de los modos de transmisión escolares en nuestra cultura, influyen en el comportamiento de los actores, incluso en

En resumen, podemos afirmar que actualmente el aprendizaje de lenguas extranjeras se considera como un elemento importante en el proceso de adquisición de una idioma, el desarrollo de la interculturalidad y en el cambio del comportamiento del alumno, en el que intervienen factores cognitivos, afectivos y sociales que determinan su desarrollo.

Por otro lado, podemos añadir que el aprendizaje es un proceso interno que tiene lugar dentro del individuo que aprende un idioma extranjero según sus necesidades, su interés y su esfuerzo, pero también depende de lo que se hace para hacerlo es decir depende de los métodos, materiales, técnicas utilizadas por parte del alumno y del profesor que influyen de manera directa en el éxito del aprendizaje de lenguas extranjeras.

La interlengua:

Siempre hay grados en la apropiación total de una idioma extranjera o de un bilingüismo equilibrado. Este enfoque ha creado la noción de interlengua. Por grados **Selinker** lo define como “la variedad de lengua de un bilingüe no todavía equilibrado” para Cordera es una forma de “dialecto idiosincrásico” inestable, porque representa un espacio en el itinerario natural de la adquisición de la idioma extranjera, y heterogéneo, que va de la lengua de origen a la lengua meta. El aprendiz, deduce estrategias de aprendizaje desde la comparación entre las diferencias y semejanzas de las dos idiomas.

1.2.Las estrategias de Aprendizaje:

Consideramos que el aprendizaje es activo en su tentativa de apropiación de una idioma extranjera, esto significa que aplica recursos propios de su razonamiento. En el ámbito del aprendizaje: son las operaciones mentales, técnicas, procedimientos, que movilizan los recursos tanto en el aprendizaje como en la comunicación. De acuerdo con **Weinstein y Mayer** (1986, p.315, ctdo en Valle Arias et al 1999) *“las estrategias son conductas y pensamientos que un aprendiz utiliza durante el aprendizaje con la intención de influir en su proceso de codificación”* .

Estos dos autores adicionan dos características a las estrategias: que sean directa o indirecta y que tengan un carácter intencional

- Según **Genovard y Gotzens** (1990, p.266 ctdo en Valle Arias et al 1999), *“las estrategias de aprendizaje pueden ser definidas como aquellos, comportamientos que el alumno despliega durante su proceso de aprendizaje y que, supuestamente, influyen en su proceso de codificación de la información que debe aprender.”*

- En esta definición Genovard y Gotzens delimita dos componentes fundamentales de una estrategia de aprendizaje; por un lado, los procedimientos que el alumno despliega durante su proceso de aprendizaje con la intención de aprender y de otro lado, se relaciona con una determinada forma de procesar los datos a aprender para su óptima codificación.

-Rebecca **Oxford** quien considera a las estrategias de aprendizaje de una lengua como *“acciones específicas, o técnicas que los alumnos utilizan para mejorar su progreso en el desarrollo de sus habilidades en la lengua extranjera.”*⁴

Considera que Las estrategias son herramientas el desarrollo de habilidades comunicativas. (Oxford 1992/1993, p.18 ctdo en Lessard-Clouston, 1997),

⁴ Lessard-Clouston, M. (1997). Language Learning Strategies. An overview for L2 teachers. En the internet TESL journal.

En su libro, roble de las estrategias descritas por Frauenfelder dice: “podemos añadir a ello, con Jean-Paul Nancy, la simplificación, la generalización, la inducción, etc.: la lista no es exhaustiva. Las didactas se interesan por las estrategias de aprendizaje en la medida en que el concepto lleva a un método de resolución de problema.” Así, según **Patrick Anderson**, “*la palabra estrategia (...)* traduce la inquietud de elaborar una práctica basada en la razón (...) participa también de la idea que lo que se pone en marcha se descompone en diferentes operaciones identificables y reproducibles.”⁵

Existen dos tipos de estrategias;

- 1) *Estrategias algorítmicas*: “Son precedes fijos, que conducen de manera directa a un resultado determinado”
- 2) *Estrategias heurísticas*: “Son tácticas de investigación de soluciones relativamente fáciles en cuanto a sus aplicaciones”⁶.

Cuyos resultados carecen de certitud; y se aplican cuando el problema es importante y sobrepasa las estrategias algorítmicas, lo que más caracteriza las estrategias de aprendizaje es su aspecto inconsciente: **Jean-Paul Nancy** la define como: “Son las formas inconscientes que el aprendiz trata la información para aprender”⁷

-Según **Jean-Paul Nancy**, este aspecto inconsciente diferencia entre las estrategias y las técnicas de aprendizaje, y dice que “son las maneras conscientes y voluntarias con que el aprendiz trata la información para aprender, por el ejemplo, traducir para retener una palabra, memorizar palabras fuera de contexto, en listas; fijarse en la primera palabra desconocida de un texto en un diccionario, sin lectura

⁵ Nancy, J-P., ibídem

⁶ Gaonac’h D., op.cit., p.111-112

⁷ Nancy, J-P., ibídem

global previa,”⁸ Por otro, Daniel Gaonac’h, justifica que eso no quiere decir que sería imposible para el aprendiz acceder a los conocimientos de esos procesos.

Podemos concluir de todo lo anterior que lo que mantiene las estrategias de aprendizaje por detrás de las estrategias de adquisición es su aspecto inconsciente; es decir que, lo ideal, es que la enseñanza se centre en el establecimiento de prácticas que generan para el aprendiz estrategias más autónomas.

Clasificación de las estrategias de aprendizaje :

- **Rebeca Oxford (1990)**, “atendiendo a que los estrategias de aprendizaje de una idioma están dirigidas hacia el desarrollo de la competencia comunicativa”⁹ -
clasifica las estrategias de aprendizaje de idioma en dos grupos:

1)Estrategias directas: las estrategias directas son las estrategias de aprendizaje que relacionan con la lengua extranjera y requieren un procesamiento mental.

- Creación de enlaces mentales (ubicar nuevas palabras en un contexto)
- Aplicación de imágenes (usar palabras clave)
- Empleo de la acción (respuesta física o sensación)

1)-b Cognitivas:

Que utilizan para ayudar al estúdiante a comprender y procesar nuevas datos por medio del análisis y la comparación.

- Recibir u enviar mensajes estratégicos (obtener la idea rápidamente)
- Analizar y razonar (traducir).
- Crear estructuras de entrada y de salida (tomar notas)

⁸ Nancy, J-P., ibídem

⁹ OXFORD, R. (1990). Language Learning Strategies- what every teacher should know. Heinle & Heinle Publishers

CAPITULO II LA MOTIVACION EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE DE UNA IDIOMA

1)-c De compensación:

Les permiten a los alumnos usar una idioma a pesar de la existencia de brechas en el conocimiento.

- Adivinar de manera inteligente (usar pistas lingüísticas)
- Superar limitaciones en expresión oral y la escrita (usar otros términos o sinónimos)

2)Estrategias indirectas:

Sirnen para apoyan y manipulan el aprendizaje de una idioma subdividen en tres tipos:

a. estrategias metacognitivas:

Le permiten al estudiante coordinar su propio proceso de aprendizaje.

- Enfocar el aprendizaje (revisar y conectar material y conocido)
- Organizar y planificar el aprendizaje (organizar)
- Evaluar el aprendizaje (auto-

evaluación) b. Estrategias afectivas:

Relacionan con la parte emotiva del individuo, ayudan al estudiante a regular sus emociones, actitudes, motivación, sus sentimientos.

- Disminuir la ansiedad (usar música)
- Estimularse a sí mismo (hacer comentarios positivos)
- Tomarse la temperatura emocional (discutir nuestros sentimientos con otras personas)

c. Estrategias sociales:

- Ayudan al estudiante a prender idioma extranjera a través de la interacción con otros aprendices
- Hace preguntas
- Cooperar con otros

Según **Stern** (1992 ctdo en Hismanoglu 2000), “existen cinco estrategias para el aprendizaje de una idioma estrategias de planificación y control, estrategias cognitivas, estrategias comunicativo-experienciales, estrategias interpersonales y estrategias afectivas.”¹⁰

Según **Rubin** (1981, 1987)¹¹ distingue dos tipos de estrategias que contribuyen directa o indirecta al aprendizaje de una idioma extranjera.

-Estrategias de aprendizaje (cuando el estudiante tiene dificultades en la interacción).

Las estrategias sociales, contribuyen de forma indirecta, no conducen directamente a la obtención.

2.3.Los estilos de aprendizaje:

Para la didáctica moderna, preferir unas estrategias de aprendizaje, a bien se llama estilos de aprendizaje, que se relacionen con estilos cognitivos. Existen diferentes tipologías de estilos de aprendizaje, citamos las más conocidas:

Estilo de aprendizaje Es uno de los factores individuales que intervienen en el aprendizaje de una lengua extranjera, se refiere al modo particular en qua cada aprendiente lleva a cabo los procesos de adquisición y aprendizaje. Para **Claxton C.S.**

¹⁰Hismanoglu, M. (2000) Language Learning Strategies

¹¹Rubin, J. (1987), Learning Strategies: theoretical assumptions, researches history and typology. En A.Wenden y J. Rubin (Eds), Learner strategies in language learning. Prentice Hall, Hemel Hempstead

y **Ralston, Y.** (1978) *“estilo de aprendizaje: es una forma consistente de responder y utilizar los estímulos en un contexto de aprendizaje”*¹²

Según **Guild. P, y Garger, S.** (1985) *definen “los estilos de aprendizaje como las características estables de un individuo, expresadas a través de la interacción de la conducta de alguien y la personalidad cuando realiza una tarea de aprendizaje”*.¹³

La de **David Kolb.**¹⁴ Kolb distingue cuatro estilos de aprendizaje:

“El estilo **convergente**, el estilo **divergente**, el estilo **asimilador**, y el estilo **acomodador**”.

Por otro lado **Kolb, Honey y Mumfield**, presentan los estilos de aprendizaje *“según dimensiones unipolares relacionadas con las fases del proceso de aprendizaje”*¹⁵, y reparten estas fases en:

La experiencia, la vuelta a la experiencia, la formalización de conclusiones y la planificación; a partir de esas premisas, presentan cuatro estilos de aprendizaje:

El estilo **activo**, el estilo **reflexivo**, el estilo **teórico** y el **pragmático**; como explica **Jacques Chevrier** y sus colegas: *“el estilo activo, describe el comportamiento de la persona que privilegia las actitudes y las conductas propias de la fase de experiencia; el estilo reflexivo, las de la fase de vuelta a la experiencia; el estilo teórico, las de la fase de información de conclusiones; y el pragmático, las de la última fase, la planificación”*¹⁶

¹²Claxton, C.S y Ralston, Y (1978); learning styles: their impact on teaching. AAHE-ERICK Higher Education. Research Report.10, p.1

¹³ Guild, P. y Garger, S. (1985): marching to different drummers, Alexandria, VA: association for supervision and curriculum development (ASCD), p. 6.

¹⁴Kolb D., (1976). The learning style inventory: technical manual, Boston, Mc Ber. Honey Mumford A., (1992) the manual Learning Style., Mainhead Berkshine, Peter Honey

pub. ¹⁵Chevrier J, ibidem.

¹⁶Chevrier J, ibidem.

Jacques Chevrier y los demás autores, les presentamos un cuadro en el que se se explican la diferencia entre los cuatro estilos:

El estilo activo	El estilo reflexivo	El estilo teórico	El estilo pragmático
<p>“Se lanza a nuevas experiencias”</p> <p>“Espontáneo actúa luego reflexiona”</p> <p>“Es sociable” y Jacques Chevrier dice: « le gusta desempeñar el papel activo en interacción con otras personas y resolver problemas en grupo”.</p>	<p>“Le gusta tomar tiempo para reflexionar sobre las situaciones, le gusta estudiar todas la facetas de una cuestión antes de proponer un gesto”</p> <p>“Es prudente”, y Chevrier añade: “no le gusta tomar decisiones bajo presión temporal”.</p>	<p>Le gusta organizar sus observaciones e integrarlas en sistemas teóricos”</p> <p>“Es perfeccionista y analítico”</p> <p>“Destacado y racional”</p> <p>“Aborda un problema de manera vertical siguiendo un razonamiento lógico”</p> <p>Para Jacques Chevrier;”seguir problemas sistemáticos es muy importante cuando aborda problemas”</p>	<p>Le gusta poner en práctica nuevas ideas, tiene el espíritu practico y tiene los pies en el suelo”</p> <p>“Se interesa a la aplicación de ideas”</p> <p>Según Chevrier: “Le gusta responder a una necesidad identificada”.</p>

-Según **Willing** (1988) "los alumnos utilizan cuatro estilos de aprendizaje"¹⁷

Estilo de aprendizaje analítico:

- Preferencia por el análisis y la reflexión.
- Los alumnos prefieren presentaciones lógicas y sistemáticas.
- Les gustan trabajar de forma autónoma e independiente.
- Estos aprendices se esfuerzan mucho, son serios pero vulnerables ante el fracaso, que interesan por la gramática.
- Especial interés en actividades con un objetivo bien definido, en alcanzar, en alcanzar los retos planteados.

Estilo de aprendizaje concreto:

- Los alumnos con estilo de aprendizaje concreto utilizan métodos activos y directos para procesar y absorber la información del contexto.
- Tendencia a la interacción personal, se expresan de forma espontánea.
- Los alumnos son prácticos, impacientes, curiosos y espontáneos aceptan el riesgo.
- Les gustan el cambio de ritmo y trabajar con información de actualidad, estos aprendices no gustan la conversación en grupo que prefieren trabajar en parejas y juegos.

Estilo de aprendizaje comunicativo:

- El estilo comunicativo es una variedad del estilo analítico
- fuerte tendencia al análisis pero con un estilo orientado a la interacción social.
- Los alumnos prefieren un enfoque social de aprendizaje.
- Les gustan los debates y toman decisiones.
- Necesitan las aportaciones de otras personas e interacción en ellas.

¹⁷Willing, K. (1988) : Learning Styles in Adult Migrant Education Adelaide

Estilo de orientado a la autoridad:

- Los alumnos de este estilo de aprendizaje son responsables.
- Les gusta y necesitan una progresión estructurada que prefieren la enseñanza tradicional.
- Les gusta al docente que ejerce su autoridad.
- Les gusta tener instrucciones claras y saber lo que están haciendo.
- No le gusta participar en debates sus discusiones.

Acabamos este punto con la versión de Philip Riley, que afirma que el uso del concepto estilo, puede generar un riesgo importante de etnocentrismo; y aconseja de manera general intentar no encasillar el aprendiz en una sola categoría de estilos, porque puede sentirse bien en uno o muchos estilos, y eso puede depender de su estado de cansancio.

Por fin, pensamos que construir un modelo de buen o mal aprendiz, es un error porque la diferencia es un punto imprescindible en el contexto enseñanza y aprendizaje.

2.4.Las variables afectivas en el aprendizaje de idioma:

En los últimos años, muchos de los principales avances en el campo de la enseñanza de lenguas extranjeras y tienen en cuenta la importancia de la dimensión afectiva en la enseñanza de idiomas. Generalmente, las variables afectivas se refieren a las características relacionadas con el individuo que influyen en la manera de responder ante cualquier situación (Gardner y MacIntyre, 1993). Diversos métodos de enseñanza de lenguas como el enfoque comunicativo y el enfoque natural de Krashen y Terrell (citados en **Arnold**, 1999)¹⁸ ya tienen la efectividad. Por otro lado, esta influencia de las variables afectivas ha afectado en el diseño curricular, e

¹Arnold, J. (1999). La dimensión afectiva en el aprendizaje de idiomas. Madrid, Cambridge University presse. Ed. Cambridge University, Didáctica de lenguas.

investigadores del área del diseño curricular destacan la necesidad de centrarse más en el estudiante y en su experiencia, y no ha limitado contenidos lingüísticos (Numan, 1988; Tudor, 1997, citados en Arnold 1999).

Esta importancia de la dimensión afectiva en el aprendizaje de idiomas la vemos también reflejada en el marco común europeo de referencia para las idiomas que incluye estas variables en los factores que determinan la adquisición de la competencia “existencial” (saber ser):

“la actividad comunicativa de los usuarios o alumnos no solo se ve afectada por sus conocimientos, su comprensión y sus destrezas, sino también por factores individuales relacionados con su personalidad y caracterizados por las actitudes, las motivaciones, los valores, las creencias, los estilos cognitivos y los tipos de personalidad que contribuyen a su identidad personal”¹⁹

A pesar de que, no se denominan variables afectivas, sino factores individuales relacionados con la personalidad, hemos encontrado que este conjunto de conceptos corresponden con la clasificación que diversos autores han propuesto sobre los componentes de la afectividad en el aprendizaje de lenguas. Unos de las clasificaciones de las variables afectivas que han establecido par diferentes investigadores:

Factores afectivos del aprendizaje (Gardner y MacIntyre, 1993):

- actitudes y motivación;
- ansiedad;
- personalidad;
- estilos de aprendizaje

¹ Arnold, J. (1999), ibídem.

Factores intrínsecos de la afectividad-factores de personalidad (Brown, 1994):

- autoestima;
- ansiedad;
- empatía;
- extroversión;
- motivación.

Factores individuales de la afectividad (Arnold, 1998):

- estilos de aprendizaje
- inhibición
- memoria
- extroversión-introversión
- autoestima
- motivación: intrínseca, instrumental e integradora como vemos todos considera la motivación como un factor personal de la afectividad en el aprendizaje de lenguas.

Por un lado, los aspectos afectivos pueden mejorar el aprendizaje del lengua, si el estúdiante siente ansiedad o inseguridad es muy difícil que logre alcanzar su potencial optimo de aprendizaje; por otro modo, al estimular diferentes factores afectivos positivos, como la auto estima, la empatía o la motivación se facilita el procesos.

En conclusión, dado el efecto positivo de las variables afectivas en el aprendizaje considerado como un elemento de ayude para el profesor, conocer la manera de trabajar estos factores en sus clases.

II.1. La motivación del Grupo-clase: el profesor y los alumnos.

¿Qué es un grupo-clase?

Desde el punto de vista psico-social un grupo es un grado de formalización, el tamaño, las actividades, la estructura interna, etc.

Kelch define el grupo como: « dos o más individuos, con relaciones interdependientes, que comportan creencias actitudes ».

Por otra parte, **G.C Hmans** considera un grupo como un cierta cantidad de los individuos que se comunican en una manera directa entre si durante un tiempo.

Otro autores como **Monton Dentsch** dice que: « el grupo es un entidad dinamica y no coleccion de personas hechas el azar »

Cuando nos hablamos de un grupo-clase queremos decir profesor-alumno ,asi pues,el aprendizaje de una lengua extranjera suele realizarse en grupo-clase de lenguas (una relacion comunicativa entre profesor-alumno) ; dirigida por el profesor que tendra que ser como un malabarista,orientador,mediador y facilitador mantenimiento las destrezas,estrategias,tecnicas, las competencias y las actividades etc percibida y terminada por sus alumnos que tendran que ser como receptores(los aprendientes) del mensaje enviado por el profesor para facilitar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.

2.1. La interacción del Grupo-clase:

La interacción en el aula considera como un proceso comunicativo-formativo ;es decir un intercambio de informaciones y ideas entre « profesor-alumno o sea entre alumno-alumno »,porque la personalidad, la participación del alumno ayuda el docente para decide que decir y que hacer.

Ademas la interacción es un aspecto importante del proceso motivacional, no es considerado solo como un criterio en el contexto de Enseñanza-Aprendizaje de una idioma Extranjera.

Tipos de interacciones:

* Profesor-alumno: se establece una relación horizontal, comunicativa-motivadora entre el docente y su alumno; siempre el profesor debe centrarse sobre los intereses y deseos de sus alumnos y sobre todas las condiciones optimas para que lo aprende.

* Alumno-alumno: es decir una relación comunicativa que establece en parejas o en un grupo de compañeros, fomenta la socialización y ayudarles a descubrir sus necesidades, sus gustos y la personalidad de cada estudiante en interacción con sus iguales, esta relacion juega un papel en la condecución de objetivos educativos.

2.2.El papel del profesor en el proceso motivacional:

En el aula, el maestro juega un papel muy importante en la motivación de los estudiantes que no solo sirve como un transmisor de conocimientos y valores, sino tambien se considera como un factor esencial, que se va a influir en el proceso del aprendizaje y de adquisicion de los alumnos de una lengua extranjera.

2.2.1.Función del profesor:

El maestro como un mediador y un facilitador de aprendizaje, es el quien elige y selecciona los metodos y contenidos mas adecuados, que sirve como un espacio de catalizador, un informador y un explicador , produciendo una relación entre los alumnos y sus experiencias.

Cada profesor debe estructurar el medio de enseñanza y el material usado.

*Para **Rogers** (1986) "el maestro debe ser como un facilitador, que al contrario de ser preocupador por enseñar a sus estudiantes y prepara los programas de enseñanza".

- Es decir que un facilitador debe tener cualidades actitudinales (reconocimiento y confianza de si mismo), que facilita la relación entre el alumno y sus capacidades. Así pues que el maestro debe crear, usar y evaluar estrategias de enseñanza eficaces para el aprendizaje de sus alumnos de lenguas.

*El maestro como un organizador y un observador: en el aula su rol en la actualidad será un organizador, que prepara materiales, el espacio, las actividades, estructura los medios de que dispone el grupo, habrá de crear un ambiente confortable. Por otra parte el profesor es un observador de su clase, significa que cada docente debe conocer sus alumnos (sus creencias, sus modos de juegos, sus capacidades, sus gustos, las materiales usadas, también realizar una observación continua de los aspectos del Grupo "*alumno-profesor*").

De otro modo, cada maestro debe establecer acciones para mejorar el proceso de aprendizaje.

El profesor es como un creador de un modelo lingüístico que debe ser rico, adoptado al nivel de sus estudiantes, que escogen una conciencia crítica sobre sus aprendientes y su modelo lingüístico.

- En la actualidad, la mayoría de los docentes de clases de lenguas se enfrentan a una problema en más conocida de su nivel de conocimiento de una idioma extranjera, en este caso no es necesario que cada profesor debe tener un grado máximo del conocimiento de una lengua extranjera sino que es preciso tener un nivel aceptado para poder alcanzar sus objetivos, enseñar sus clases sin problemas y desarrollar sus relaciones con sus alumnos y por fin, facilitar el aprendizaje de sus estudiantes.

- cada maestro debe animar su clase para que la comunicación profesor-alumno debe ser efectiva.

- debe desarrollar una secuencia coherente de tareas y ejercicios que permite a descubrir los aspectos que se ayudales de enseñar sin ningun problema.

- por otra parte cada profesor debe buscar un material fuerte de información y de ideas para desarrolla sus conocimientos y mejora su enseñanza.

Por fin, los profesores deben evaluar el nivel de cada alumno en su aprendizaje.

2.2.2.La actitud comunicativa del profesor:

La actitud del docente desempeña un papel muy importante en el proceso del aprendizaje de una lengua extranjera, especialmente en el proceso motivacional. Se refiere a varios aspectos para desarrollar los procesos de interaprendizaje de los aprendientes con éxitos.

Generalmente, las actitudes asumidas por el profesor en el cual el maestro el da un maneja vertical de la autoridad y es el poseedor de la verdad.

Por otro lado, los maestros muestran diferentes características de esas actitudes: arrogante, autoritario, peternalista, democrático, equilibrado, etc.

1 - Arrogante: los docentes se sienten superiores a los demás (a los alumnos)

2 - Autoritario: el profesor no escucha ni acepta consejos de los demás. Es decir que tiene dificultad para escuchar y explicar lo que el maestro dice, se debe hacer sin titubeos, no tenga la razón

3- Democrático: el maestro guía su didáctica usada, de acuerdo a lo que diga la mayoría de los aprendientes, en este caso la guía de la clase no es el maestro sino los mayorías.

CAPITULO II LA MOTIVACION EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE DE UNA IDIOMA

4- Peternalosta: el docente es excesivamente carinoso con sus aprendientes.

5- Voluble: es inconsistente, el maestro cambia de criterio con facilidad, lo cual desconcierta a sus alumnos.

6- Permisivo: los docentes permiten que la tarea sea libre y evitan el esfuerzo, los conflictos con los estudiantes y dejado que ellos haber lo que prefieran.

7- Equilibrado: el maestro busca el equilibrio, el crecimiento la justicia de los estudiantes y controla las emociones, ideas, es firme a los principios de conducta y de trabajo sin llegar al autoritarismo de un dictador escucha con atención y reconoce sus errores.

2.23. las Creencias del maestro:

Según **Alonso tapia** (1992;9-10) , cuando un maestro se enfrenta a un grupo de estudiantes de una clase, su actuación esta mediatizada, por cuatro factores que afectan directamente a la actuación de cada maestro:

A) por lo que sabe de la materia de cómo enseñar y como son sus estudiantes.

B) Por lo que cree que puede conseguir de sus aprendientes.

C) Por el grado en que considera, en un tiempo dado que el esfuerzo, que debe poner merece la pena, alcanzar los metas primeras.

Hay que debe conocer ¿Cómo piensa los docentes de lenguas extranjeras que influyen de manera indirecta en la motivación de sus alumnos? ¿Qué tipo de actuaciones individuales consideran mas afectivas?, ¿ que factores consideran mejores para alcanzar sus objetivos.

Cada maestro debe dar una respuesta a sus cuestiones que le plantea la profesion que ejerce, es decir debe formular preguntas:

¿Qué se debe enseñar para el aprendizaje de los alumnos?

¿Cómo enseñar clase de lenguas?

¿Cuál es la mejor forma de enseñar?

¿Qué tipos de actividades que consideran mas afectivos?

¿Cuáles son las estrategias que debe usar para la enseñanza de una lengua extranjera?

Dada maestro debe plantear preguntas de control como:

¿Quién va a escplicar esta frase?

¿Quién no ha comprendido?

-*Transmicion de los conocimiientos*: el profesor debe repitir, explicar permitir sus conocimientos con mucha facilidad.

2.2.4. La evaluación de los alumnos:

- uno de los factores mas importantes que afecta directamente a la motivación de los estudiantes es “la evaluación”.
- “**La evaluación** se define como la descripción de los rasgos relacionados con el desarrollo de los alumnos y los procesos de formación”.
- La evaluación a los estudiantes,es una de las principales obligaciones que recae en la funcion del profesor, evaluar el proceso de aprendizaje de cada alumno.
- Cada profesor se refiere a los rasgos que observan en cada uno de los alumnos no solo los resultados de los escamenes, tales como la participación en clase.
- por otra parte cada pofesor se refiere a la forma de enseñanza de su clase de

lengua, debe conocer; como guiar sus alumnos, como deben comunicar con los demas, analizar la situación de cada estudiante, debe buscar medidas ,etc.

- LOS OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN:

La evaluación permite a los profesores:

- 1- Conocer el nivel de sus estudiantes.
- 2- Determinar el logro de las metas previstas.
- 3- Verificar la marcha del proceso didactico.
- 4- Establecer las modificaciones en la planificacion (metodos,materiales, tiempo..)

La evaluación permite a los estudiantes:

- 1- identificar los puntos tematicos.
- 2- Tomar conciencia de sus habilidades.
- 3- Desarrollar sus conocimientos.
- 4- Recitificar sus metodos de estudio.

- El fracaso en aprobar un examen puede ser una falta de responsabilidad, lo que afecta a la motivación y aprendizaje del alumno de una lenguas extranjera; Ademas que el éxito aumenta su motivación para alcanzar sus objetivos,también facilita el aprendizaje y orienta el alumno para trabajar mas.

- Asi pues, antes de la evaluación cada profesor debe conocer qué deben aprender y como;esto les ayudan mucho,a pensar en aprobar con el uso del esfuerzo para aumentar su autoestima y su motivación.

2.3.El papel del alumno en el proceso motivacional

2.3.1.La actitud comunicativa del alumno:

En el proceso motivacional, la actitud del estudiante requiere que cada profesor debe conocer las conductas, la edad, la personalidad y capacidades de sus alumnos, porque los objetivos de aprendizaje de una lengua extranjera se fijan

apartir de las decisiones de sus maestros y sus conocimientos durante el proceso de aprendizaje.

los alumnos esta, motivados si estan interesados y que no necesitan una ayuda exterior,

En este caso, la edad juega un papel muy importante en la motivación de los estudiantes, los aprendientes estan considerados no solo por los años que tienen sino tambien por la asimilacion de años porque la asimilación implica la consolidación de centros de interés que puede ser detectado con la fiabilidad por el maestro (Gaston 1983).

En el segundo lugar, *la personalidad* de cada alumno se considera como un factor importante en el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.

Ellis (1994:518) presenta dos factores relacionados con la personalidad del alumno; la introversión y la extraversión

- * Los alumnos extrovertidos; son mas activos y sociales que estan abiertos
- * los aprendientes introvertidos; son menos activos que no gustan las relaciones sociales.

Por otro lado; el enfrentamiento a los riesgos: es el alumno quien no duda en arriesgar un poco duda en usar una lengua que aprende que no tiene necesidad de asegurarse sobre la corrección de lo que va a hacer y decir.

la empatia; es la capacidad de entender a las otras personas, la valoración y la estima: la autoestima ligado a la seguridad y confianza, que tiene cada alumno de si mismo; es decir la personalidad de los estudiantes.

2.3.2. Las Estrategias de aprendizaje utilizadas por el alumno:

Actualmente los estudiantes usan estrategias que les resultan mas eficaces.

Dada aprendiz esta conciente de los que hace, se puede cambiar de estrategias de aprendizaje si no son concientes de que no son capaces de solucionar un problema porque no usan una estrategia adecuada para ellos.

En este caso los alumnos con un nivel de conocimiento bajo , es que no valiesen de estrategias y les buscan; sino que eligen una estrategia no adecuada, esto significa que el alumno no contaba con la necesaria capacidad de orden superior, que les permiten evaluar la actividad y aplicar las estrategias de aprendizaje.

En el aula, hay técnicas en usada en el contexto escolar, considerados como facilitadores en el proceso de aprendizaje de una idioma extranjera, uno de los mejores metodos o actividades para el aprendizaje de una lengua extranjera,tales como el uso de la musica como actividad o metodo de aprendizaje,que estimula la emocion, la función cognitiva, cada alumno tiene una forma diferente que el otro de aprendizaje.

De otro modo, La mayoría de los alumnos prefieren la lectura como una estrategia de aprendizaje para ampliar el vocabulario tales como;leer libros, revistas ,textos, correos electronicos..etc.

Ortos consideran que los juegos como el mejor metodos en el proceso de aprendizaje y motivación de los alumnos en la actualidad.

CAPITULO III

*«La motivación en el aprendizaje del
E.L.E de los alumnos del tercer
curso de la enseñanza secundario»*

1. La lengua española en el sistema educativa Argentina :

A partir de la escuela primaria, se integra la primera lengua extranjera en el programa de enseñanza argelino, luego en la enseñanza media se introduce la lengua inglesa, y por ultimo encontramos la lengua española que es integrada en el liceo o en la enseñanza secundaria, en primer año tronco comun, es decir que es el unico nivel en el que los alumnos tienen la obligación de aprender una tercera lengua, Al pasar al nivel siguiente, tendran la posibilidad no aprender esta idioma.

El idioma española en nuestro educativo, es enseñada en algunos colegios no en todos, a partir del primer año de secundario tronco comun letras y lenguas ;esta idioma está en competencia con el aleman, y escogida por una minoria de alumnos, lo que ocasiona una reduccion de su campo de accion.

Los alumnos realmente motivados por la lengua española disminuyen considerablemente al segundo ano, visto que la mayoría elige letras arabes, y que nos encontramos finalmente con una sola clase en especialidad lenguas extranjeras en todo el colegio.

2. recogida del corpus de datos:

Durante nuestra investigación, hemos encontrado ciertas dificultades en algunos institutos de la ciudad de Tlemcen en las clases de lenguas. En general, esta corpus centrada en el alumno de enseñanza secundaria del tercer curso de lenguas.

2.1. La muestra

hemos dirigido nuestras preguntas a cuatro estudiantes que hemos elegido del tercer curso de lenguas porque tienen ciertas experiencias y conocimientos de la lengua española. Por otro lado, hemos elegido tres profesores de distintos institutos de enseñanza secundaria para responder a nuestras preguntas.

3. recursos metodológicos de investigación:

Hemos elegido como método de investigación cuestionario, con este método el investigador construye algunas preguntas dirigidas a un grupo de alumnos y a unos profesores, para destacar los factores motivacionales y otros desmotivacionales en el proceso de aprendizaje del español.

3.1. Cuestionario:

Utilizamos dos cuestionarios:

* *el primero cuestionario* comporta cinco preguntas con los alumnos del liceo del tercer curso, para conocer los factores que influyen en la motivación en el proceso de aprendizaje de la lengua española como lengua extranjera que es importante saber los intereses de los alumnos, como se piensan sobre sus clases y sus maestros.

* *el segundo cuestionario* comporta cinco preguntas con los profesores, para destacar si los docentes usan métodos adecuados para la motivación de sus alumnos o si saben el interés de cada alumno, porque el profesor considera como facilitador y orientador de su clase de lenguas. Significa que la motivación no puede ser sin profesor.

4. Estudio de los datos:

Los siguientes datos son los resultados cualitativos y cuantitativos procedentes de los cuestionarios por alumnos y maestros, para estudiar los datos obtenidos, hemos clasificado las preguntas, las respuestas y sus datos en el tabla siguiente.

4-1 cuestionario para estudiantes:

Pregunta n°1:

-El objetivo de esta pregunta es precisar al porcentaje de los alumnos que quieren estudiar la lengua española, encontramos los resultados siguientes:

Pregunta	Respuestas	Porcentaje
¿Por qué ha elegido estudiar el español/LE?	- Por gusto.	70%
	- Por la administración.	20%
	- Por la obligacion de los Padres.	10%

Tabla n°1: Resultados de la pregunta n°1.

Como Lo observamos en la tabla **n°1**, la totalidad de los estudiantes **70%** señalan que la eleccion del español es personal es decir que por gusto personal, pues en los ultimos anos se ha notado un crecimiento muy importante del aprendizaje del idioma española especialmente en los institutos, hemos visto es que el espanol tiene un gran importancia dentro de la sociedad argelina, en tlemcen en particular, por dos razones : la impotranca de la lengua española en el mundo en el intercambio comercial y el desarrollo de la relacion entre argelia y españa en los ultimos anos. El segundo porcentaje **20%** de los alumnos, consideran que sus padres son la fuente principal de su eleccion, esto significa que la familia tiene un gran influencia sobre la eleccion de sus

**CAPITULO III LA MOTIVACION EN EL APRENDIZAJE
DEL E.LE POR ALUMNOS DEL TERCER
CURSO DE ENSEÑANZA SECUNDARIA**

hijos porque la mayoría de los padres obligan a sus hijos de estudiar la asignatura o la lengua que les eligen y prefieren para sus hijos, y la minoría de los aprendices **10%** declaran que la primera fuente de su elección es la administración.

Pregunta n°2:

- El objetivo de esta pregunta es saber la actividad más gustada y preferida para los alumnos de lenguas, la actividad que les parece más importante para su aprendizaje:

Pregunta	Respuestas	Porcentaje
<i>¿Qué actividad te gusta más?</i>	- La expresión y la comprensión oral.	30%
	- La gramática.	40%
	- La expresión y la comprensión escrita.	30%

Tabla n°2: Resultados de la pregunta n°2.

Las respuestas obtenidas nos indican que **40%** de los aprendices prefieren estudiar la gramática porque es una asignatura que le facilita la comunicación entre las personas sin dificultades y sin errores, desarrollo las capacidades y comprender las reglas gramaticales, hay **60%** repartido entre la primera y la tercera respuesta, significa que hay **30%** que optan por la expresión y comprensión oral porque los alumnos en la expresión oral tienen muchas dificultades que en el escrito, y **30%** que quieren la expresión y comprensión escrita porque hay más tiempo para reflexionar es decir, que en la expresión escrita cada alumno tiene más tiempo para pensar, leer lo que escribe y corregir los errores varias veces, pero sabemos que en la expresión y comprensión escrita necesita una lengua correcta sin ningún error gramatical, sin repetición por otro lado debe organizar los datos por introducción, desarrollo y conclusión.

**CAPITULO III LA MOTIVACION EN EL APRENDIZAJE
DEL E.LE POR ALUMNOS DEL TERCER
CURSO DE ENSEÑANZA SECUNDARIA**

Pregunta n°3:

- En esta pregunta intentamos de saber si existen obstaculos en el proceso de aprendizaje de los aprendices, encontramos los resultados siguientes:

Pregunta	respuesta	porcentaje
¿Qué tipo de problemas o de obstaculos que pueden influir en el proceso del aprendizaje de una LE?	- La manera de explicación del docente.	40%
	- Problemas en el entorno educativo.	25%
	- Problemas en el entorno familiar.	35%

Tabla n°3: Resultados de la pregunta n°3.

Como lo vemos en el tabla n°3 Hay **40%** de los estudiantes consideran que la manera de explicacion o expresion del profesor disminuyen su estado de motivación,significa que la manera de enseñanza del profesor juega un papel muy importante en el aprendizaje de una idioma extranjera,por eso cada docente debe usar estrategias y metodos conocidas por todos sus alumnos.el segundo porcentaje de **35%** de ellos contestan los problemas en el entorno familiar como un obstaculo en su aprendizaje,esto impide que el alumno tiene una relacion con una problema directa de salud o financiera que influye negativamente en su concentracion y su aprendizaje. Solo **25%** de los alumnos señalan que las problemas en el entorno educativo disminuyen su estado de aprendizajey influye negativamente en su estado de motivacion,esto nos lleva a decir que puede ser una falta de enseñanza utilizada por el profesor (los medios o metodos) o una problema con sus compañeros y esto incluye de una manera directa en sus trabajos y sus resultados obtenidos (las notas).

Pregunta n°4:

- con esta pregunta queremos saber lo que les interes mas a los alumnos del español a estudiar:

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
<i>¿Cuáles el primer interés del alumno para estudiar en el aula?</i>	- Para Tomar una buena nota.	40%
	- Para Desarrollar las capacidades	35%
	- Para trabajar	25%

Tabla n°4: Resultados de la pregunta n°4.

En efecto,casi la mayoría de los alumnos **40%** prefieren estudiar para tomar una buena nota,es decir que el primer interés de cada alumno son los resultados obtenidos(la nota),podemos ver que **35%** de ellos señalan que las razones principales para estudiar es para desarrollar sus capacidades y su forma de comunicación,la minoría 25% muestran que estudian para trabajar es decir por causas externas (dinero...).

Pregunta n°5:

- El objetivo de esta pregunta es averiguar como los alumnos prefieren trabajar, encontramos los resultados siguientes:

<i>Pregunta</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>¿Cómo piensas que aprendes mejor?</i>	- trabajar en grupo con los compañeros.	20%
	- trabajar solo en casa.	45%
	- Trabajar en parejas durante la clase.	35%

Tabla n°5: Resultados de la pregunta n°5.

Según estas respuestas la mayoría de los alumnos del español **40%** muestran que les prefieren trabajar solos, esto significa que la totalidad de los alumnos prefieren la responsabilidad personal, motivador, observador y mediador de sí mismo. quedan otros alumnos que les interesan trabajar en parejas **35%** hay unos que prefieren trabajar con otro alumno (compañero) porque cada uno aporta algo al otro, esto impide que cada uno de ellos se puede desarrollar el sentimiento de apoyo del otro, permite intercambio de las ideas y facilita la motivación de los estudiantes. en cambio solo **20%** de los aprendices prefieren trabajar en grupo, además esto facilita el intercambio de las ideas entre los compañeros y permite descubrir posibilidades y desarrollar capacidades personales y evitar el miedo.

**CAPITULO III LA MOTIVACION EN EL APRENDIZAJE
DEL E.LE POR ALUMNOS DEL TERCER
CURSO DE ENSEÑANZA SECUNDARIA**

3-2 cuestionario para docentes:

Pregunta n°6:

- El motivo de esta pregunta es conocer el papel principal del profesor del E/LE y su funcion en el proceso de apredizaje de sus alumnos:

Pregunta	respuesta	porcentaje
<i>¿Cuáles el papel del profesor del español en el aula?</i>	- Orientar al alumno.	20%
	- Enseñar de la lengua.	50%
	- Motivar al alumno.	30%

Tabla n°6: Resultados de la pregunta n°6.

Como lo muestran los porcentajes, la mayoría de los docentes **50%** declaran que el principal papel del docente en el aula es enseñar y transmitir los conocimientos. un porcentaje de **30%** de los profesores piensan que el papel principal del docente y lo mas importante en cada claes de lenguas consiste en motivar de sus alumnos para facilitar su aprendizaje y ayodar a los estudiantes a perder el miedo y evitar los errores porque la enseñanza no puede ser sin la motivacion. y podemos ver que **20%** de los decentes consideran que sus papeles consiste en orientar y guiar los alumnos para alcanzar los objetivos del aprendizaje de cada alumno.

Pregunta n°7:

- En esta pregunta hemos intentado saber los factores motivacionales de cada alumno, encontramos los resultados siguientes:

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
<i>¿Qué le puede motivar mas a los alumnos de lenguas?</i>	- factores externa del alumno.	35%
	- factores interna del alumno.	65%

Tabla n°7: Resultados de la pregunta n°7.

Como lo observamos en al tabla n°7 la mayoría de los docentes **65%** piensan que los estudiantes eligen la lengua española para estudiarla de si mismo , esto significa que los alumnos asisten a sus clases por un interes y gusto de estudiarla. solo **35%** de los docentes declaran que la mayoría de los alumnos estan motivados por factores externos: la voluntad de los padres, las recompensas, la nota...para animar a los estudiantes a estudiar.

Pregunta n°8:

- con esta pregunta queremos saber las problemas que puede influir negativamente en el resultado escolar de los alumnos:

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
<i>¿Cuáles los obstaculos que pueden influir en el rendimiento escolar del alumno?</i>	- Factores familiares.	50%
	- Factores escolares	50%

Tabla n°8: Resultados de la pregunta n°8.

Como lo vamos en el tablo n°8, el porcentaje esta dividido en partes iguales de las dos respuestas, en decir que tanto los problemas escolares **50%** como los problemas del entorno familiar **50%**, que juegan un papel muy importante en el rendimiento escolar y en la desmotivacion de los alumnos porque son factores que afectan y influyen de una manera directa en la concentracion de cada alumno y en su aprendizaje.

Pregunta n°9:

-El motivo de esta pregunta es descubrir como los profesores se comportan con sus alumnos para obligarles a estudiar, encontramos los resultados siguientes:

<i>Pregunta</i>	<i>respuesta</i>	<i>porcentaje</i>
<i>para tu ¿ Los docentes como han comportado con sus estudiantes para motivarles a estudiar?</i>	- recompensas.	75%
	- Castigos.	25%

Tabla n°9: Resultados de la pregunta n°9.

Podemos ver los porcentaje en la tabla n°9 señalan que la totalidad de los docentes **75%** prefieren las recompensas para motivar a los alumnos a estudiar porque es un elemento importante en el proceso del aprendizaje de una lengua, que puede activar a los alumnos a participar, comunicar, expresar y interesan a estudiar y tomar una buena nota. mientras que solo **25%** de los profesores estan con el uso de los castigos, generalmente, les mandan a ver al director o tomar una mala nota.

Pregunta n°10:

-La pregunta n°10 sirve para descubrir que actividad divertida mas eligida por los profesores de lenguas para el aprendizaje.

<i>pregunta</i>	<i>respuesta</i>	<i>porcentaje</i>
<i>¿Cuáles los tipos de actividades eligidas por los docentes para el aprendizaje de sus alumnos?</i>	- Ejercicios gramaticales.	50%
	- Proyectos.	25%
	- Juegos.	25%

Tabla n°10: Resultados de la pregunta n°10.

Las respuestas obtenidas nos indican que la mayoría de los profesores **50%** prefieren utilizar ejercicios gramaticales porque las actividades son muy importantes para cada alumno, que puede desarrollar sus saberes, ayudarles a explicar las reglas y facilitar la comunicación y la expresión. el **50%** esta repartido entre la segunda y la tercera respuesta, significa que hay unos **25%** prefieren los proyectos que pueden crear un entorno agradable de trabajo para estimular las capacidades y motivar sus alumnos también evitar el miedo y el estrés, les anima a participar así pues, da más importancia a la realización de los proyectos al final de cada unidad de aprendizaje. y otros **25%** utilizan los juegos porque les evitan interactuar dentro del grupo de los estudiantes y quitar la vergüenza para sus estudiantes introvertidos.

Pregunta n°11:

- En esta pregunta intentamos saber las problemas que obstaculizan el aprendizaje del alumno:

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
¿cuáles la dificultad que abtacaaliza mas el progreso del alumno en su aprendizaje?	- El estrés y miedo de hablar en espanol.	60%
	- Falta de conocimiento de la lengua.	40%

Tabla n°11: Resultados de la pregunta n°11.

En efecto,casi la totalidad de los profesores **60%** indican que sus estudiantes tienen estrés y miedo de hablar en español como problema fundamental en el proceso de aprendizaje,puede ser falta de expresion o de participacion o del miedo del error,por otra parte puede ser tenen la manera de observar de su profesor y la reaccion de sus companeros, y otros profesores **40%** consideran que la mayoría de los alumnos tienen un nivel bajo del estudio significa que no conoce mejor la lengua española, falte el conocimiento del vocabulario y de las reglas gramaticales que obstaculizan su aprendizaje,por eso tiene dificultades en la participacion y en la expresion.

5.Los resultados:

Segun los resultados obtenidos,podemos analizar el trabajo de la investigación en los puntos siguientes:

- No todos los alumnos ingresan a la escuela con mucha motivación para aprender la lengua espanol porque hay dos factores « el ambiente familiar y el ambiente escolar » que influyen directamente en el rendimiento escolar de la mayoría de los alumnos por eso ; Es importante que cada profesor debe conocer sus alumnos (la personalidad,el interés,el nivel,y las necesidades internas.de cada uno..),asi pues hay que descubrir sus problemas internas o externas y debe buscar la solución del problema de cada estudiante; después debe dedicar todo el tiempo a la búsqueda de actividades , crear y usar técnicas y métodos que permiten la motivación de sus alumnos en el proceso del aprendizaje del E/LE para que el estudiante toma una conciencia de si mismo,desarrollar sus conocimientos, evitar el estrés, participar mas en clase, desarrollar el trabajo en grupo,tomar una buena nota ,alcanzar sus objetivos finales..

Por otra parte, los padres deben estimular y orientar sus hijos a estudiar para facilitar el proceso del aprendizaje del E.LE ;porque actualmente los rasgos de la familia más directamente asociados con el éxito o fracaso escolar de sus hijos,asi pues ; depende de su origen social y estructura familiar de cada alumno, tiene la de rendir a la escuela,si disponen de un ambiente familiar que satisfaga su interés y sus necesidades personales de cada alumno de la educación secundaria.

CONCLUSIÓN

En el presente trabajo de investigación, la meta es determinar la importancia de la motivación en el proceso de aprendizaje de la E/LE, poniendo más énfasis sobre la enseñanza secundaria (liceo) del tercer año.

Para ello, hemos empezado por una definición del concepto motivación, hemos presentado sus diferentes tipos « *motivación interna y externa* » ; diciendo que la motivación de un aprendiz es interna cuando el alumno realiza una actividad de sí mismo ; es decir por un interés, un deseo y satisfacción personal del propio alumno por otro lado, la motivación es externa cuando la actividad se hace por una obligación con el objetivo de obtener una recompensa final tales como; *el dinero, una buena nota..etc.* *A continuación*, hemos presentado los factores motivacionales y desmotivacionales en el proceso de aprendizaje de la E/LE.

El segundo punto de este capítulo consistirá en recordar los principales teóricos de la motivación en el proceso del aprendizaje de una lengua extranjera basándose sobre las aportaciones del constructivismo social de **Williams y Burden** (1999), el modelo socioeducativo de **Gardner** y la teoría cognitivista de **Dorneyi** ; puesto que nos han interesado su calificación de los factores motivacionales y que íbamos a necesitar para el análisis de los datos de nuestra investigación.

En el segundo capítulo, hemos intentado presentar el concepto del aprendizaje de una lengua extranjera, que intenta establecer una relación entre una nueva experiencia y el conjunto de lo que ya se sabe. Hemos puesto de relieve las estrategias y estilos de aprendizaje de una lengua extranjera, hemos llegado a concluir que los estilos de aprendizaje consideran como los comportamientos característicos afectivos, cognitivos y filosóficos que sirven como indicadores de cómo un aprendiz percibe y responde ante un determinado entorno de aprendizaje de una lengua extranjera. Además que las estrategias de aprendizaje permiten a los alumnos a ser

capaces de actuar de manera intencionada para alcanzar sus objetivos adaptandose a las situaciones de aprendizaje.

por ultimo, hemos presentado las características de un grupo-clase ; hemos visto la importancia de la interacion,las materiales y las tareas o actividades usadas por parte del docente en el aula para facilitar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.

Tambien lo que es de suma importancia es que los docentes de idiomas extranjeras estan bien informados sobre la importancia de la motivación y que tiene que esforzarse a utilizar de todos los requisitos para mantener el estimulo de la motivación,por ultimo, hemos vito la importancia de la interacion,las materiales y las tareas o actividades usadas por parte del docente en el aula para facilitar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.

En nuestro tercer capitulo,hemos analizado el cuestionario para alumnos y para profesores del ciclo secundario.podemos concluir que los resultados del cuestionario nos permiten darnos cuenta de que cada profesor debe:

-Lograr al comienzo de una clase como una condicion positiva y activa para facilitar el proceso de aprendizaje del estudiante,Captar su atencion y despertar su curiosidad, su interes

-Mostrando la relevancia de lo que han de aprender y creando las condiciones para mantener el interes de cada alumno.

-Asi pues,la actitud del alumno como del profesor puede influir y afecta positivamente o negativamente a la motivación y al aprendizaje de cada alumno,en el mismo tiempo,consideramos la evaluación como uno de los factores que afecta directamente a la motivación de cada estudiante.

- Asimismo,consideramos los rasgos de la familia como una motivación externa de los alumnos, que afecta de una manera directa en el fracaso o bien el exito del alumno,depende del caracter,el origen social y estructura familiar de los padres.

- Cada profesor debe proponer actividades que favorezcan el trabajo en grupo ;es decir que el profesor debe crear los documentos actividades divertidas tales como ;(canciones,juegos, poemas etc),y organizar un apoyo al estudio que permite hacer revisar los estudiantes, en el mismo tiempo debe usar técnicas que favorezcan la autoevaluación.

-Ir de manera progresiva para dar ganas al alumno de trabajar mas y para tomar una conciencia de si mismo.

Llegamos a la conclusion de que en el ciclo secundario la motivación esta trabajada por parte del profesor pero no suficientemente,hay varios factores que influyen en el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en cuestion y que los profesores tienen que tener en cuenta.

Por otra parte,es importante para los docentes de lenguas que sepan una manera de aumentar y mantener la motivacion de sus estudiantes en el aula.

Acontinuación el profesor de lenguas ha de ser consciente de la importancia que desempeña la motivacion,en lo que concierne los manuales,en ellos no existe ninguna actividad o tarea motivadora,tal como los trabajos en parejas o en grupo que favorecen el aprendizaje.

finalmente, pensamos que la motivación de los alumnos en el ciclo secundario es muy baja pero que se puede aumentarla y mejorarla.

BIBLIOGRAFIA

LAS REVISTAS Y LAS OBRAS :

ALARCON,P.(2005) :*la motivacion en los metodos de E.LE.universidad de nebriga,madrid*

ALONSO TAPIA (1999) « *Motivacion y Aprendizaje en la Enseñanza Secundaria*,a C.Coll.(Coord) Psocologia de la investigacion de la instruccion: La Enseñanza y el Aprendizaje en la Educacion Secundaria.Barcelona,ICE-Horson Cap,IV.

ANDERSON P, (1995).*La didactique des Langues érangères a l'épreuve du sujet*,Presses Universitaires Franco-Comtoises.

ARNOLD,J,(1999),*la Dimension Afectiva en el Aprendizajede Idiomas*,Madrid,Cambridge Univarsity Presse-ed.Cambidge University,Didactica de Languas.

CHEVRIER J, FRTIN G, LEBLANC,R,Y THE BERGE M, « ,le ISQ-FA une version française abrégée de l'instrument de mesure des styles d'apprentissage de Honey y Mumford »,L'association Canadienne d'éducation de Langues Française.

CLASCTON,C,S. Y RALSTON (1978) ;*Learning Style :Their Impact on teaching*,AAHE-ERICK Higher EDucation,research,Report.

CORDER S,P,(1980) « *Dialectes Idiosyncrasiques et Analyse d'erreurs* »Langages.

DE PETRO,J-F,Y SCHNEUWLY,B,(2000) *pour une Didactique de l'Oral*, on ;l'Enseignement /Apprendissage est-il une macrosequence potentiellement Aquisitionnelle? Edudes de linguistique appliquée,n120,Didactique des Langues Etrangère Et Recherches sur l'Adquisition.

DORNEY,Z.(1998).*motivacion in foreing language Earning*.

DORNEY,Z.(1994). 'motivation and motivating in the foreing language classrom',en modern language jornal.vol3.n°78.

ELLIS,R (1994),*the Style of Second Language Adquisition*,Oxford:O.U.P.

GAONAC'HD,(1987),*Théories d'apprentissage et Acquisition d'une Langue étrangère*,Credif-Hatier,LAL

GARDNER,R,C (1985),Social Psychology and Language Learning:*the role of Actitudes and Motivation* ;London:Eduard Arnold.

GAYET D,(1995).*modèles éducatifs et relations pédagogiques*,paris,colin.

GUILD,P,Y GARGER,S (1985) : to different drummers.alexandria,VA :association for supervision and curriculum development(ASCD).

HISMANO GLN,M.(2000), *Language Learning Strategies* in Foreign Language.

KOLB D ;(1976).The learning Style : Technical Manual,Boston,MC Ber.Honey Mumford a.,(1992).The Manual Learning Style,Mainhead Berkshire,Peter,Honey Pub.

LESSARD-CLOUSTON,M.(1997).*Language Learning Strategies*.An Overview for L2 teachers.

LIEURY A. FENOUILLET F,(1997).*Motivation et Réussite Scolaire*, Dunod, Paris.

OUELETTE F,(2000) « *Enseigner Ou Apprendre avec Style* :Comment conguguer les approches pédagogique et les Styles d'Apprentissage en Langue Seconde »,Rerme de l'AQ.EFLS ,Vol.22,n3.

OXFORD,R (1990).*Language Learning Strategies*, What Every Teacher Should Know.Heinle,Heinle Publishers.

PY B,(1994),*Linguistique De l'acquisition des Langues étrangères* :Naissance et Développement d'une Problematique ;in costa D,Vingt ans dans L'évolution de la Didactique des Langues(1968-1988),Credif-Hatier,LAL.

ROGERS,C (1986) .*Libertad y Creatividad en la Educacion*.España.Paidos Educador.

RUBIN,J,(1987),*Learning Strategies* :Theoretical Assumptions.Researches History and Typologu.

SELINKER J., (1972) 'Interlanguage,*Internacional Review of Applied Linguistics*,nx,34'.

VALLE ARIAS ET AL (1999),*Las estrategias de Aprendizaje*.Revision Teorica y Conceptual,En Revista Latinoamericana de Psicologia,vol.31.

VERONIQUE D,(2000).« Recherche sur l'apprentissage Des Langues étrangère :Fiches et Chantiers en didactique des langues étrangères.» Etude de linguistique appliqué,n120,didactique des langues étrangères et recherches sur l'acquisition.

WILLIMAS ,M ; BURDEN,R.L,(1999) '*psicologia para profesores de idiomas*',coleccion cambridge university,didactica de lenguas primera edicion.

WILLING ,K.(1988) :*learning style* in adult migrant education
adelaide.australia,nacional curriculum resource centre.

DICCIONARIOS :

.Diccionario de la lengua española real academia española vigésima segunda edición tom 1y Madrid 2001.

.Diccionario francés español edición fuera de comercio, Madrid.

SITIOS WEB :

DESSLER,G,(1979) ;*definicion de la motivacion*. www.monografias.com

ROBBUIS,S(1996) :*factores motivacionales* .www.monografias.com

<http://chez.com/brunofortin/motiver> ;html

[http://psicopedagogia,.com/motivacion.aula](http://psicopedagogia.com/motivacion.aula)

Revista Litteris /www.revistaliteris.com.br /ISSN 1983-7429

<http://www.wikilearning.com/articulo/motivacion_y_compresion-motivacion_y_aprendizaje/19380-2>. Acceso en: 18 mai. 2009.

<<http://www.uhu.es.educacion/didactica/0083motivacion.htm>> Acceso en: 18 maio. 2009.

WWW.GOOGAL.ES

<<http://www.tipos de motivacion.com>

ANEXOS

CUESTIONARIO PARA ALUMNOS.

Este cuestionario se trata de saber el punto de vista de alumnos y profesores sobre el programa de enseñanza del E.L.E por parte del profesor y sobre las causas de la motivación y desmotivación (problemas) de cada alumno y como facilitar su aprendizaje.

1. ¿Porque ha elegido estudiar el E .L.E ?

- Por gusto
- Por una obligación familiar
- Por la administración

2- ¿Qué actividad te gusta mas en la clase del E/LE ?

- La expresión y comprensión oral
- La gramatica
- La expresión y comprensión escrita

3- Para tu ¿Qué tipo de problemas que puede influir directamente en tu aprendizaje del idioma española ?

- La manera de escplicación del profesor
- Las problemas escolares
- Las problemas familiares

4- ¿Cuales el primer interés del alumno para estudiar en el aula?

- Para Tomar una buena nota

- Desarrollar los conocimientos

- Para trabajar

5- ¿Como te gusta trabajar?

- Trabajar en grupo

- Trabajar solos

- Trabajar en parejas

CUESTIONARIO PARA PROFESORES.

1.¿Cuales el papel del profesor del español en el aula?

- Orientar al alumno
- Enseñar de la lengua
- Motivar al alumno

2.¿Qué le puede motivar más a los alumnos de lenguas?

- Los factores externas
- Los factores internas

3.¿Cuales son los obstaculos que puede influir en el rendimiento escolar del alumno?

- Factores familiares
- Factores escolares

4.¿los docentes como han comportado con sus alumnos para motivarles a estudiar?

- recompensas
- castigos

5.¿cuales los tipos de actividades eligidas por los docentes para facilitan el aprendizaje de sus alumnos?

- Ejercicios gramaticales

- proyectos

- Juegos

6.¿cuales la dificultad que obstaculiza mas el progreso del alumno en su proceso de aprendizaje?

- EL estrés y miedo de hablar en español

- Falta de conocimiento de la lengua

Bibliografía