

Un permanente desafío en el ámbito del inglés con fines específicos: el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural

Anahí Diana Cuestas

anahi.cuestas@econo.unlp.edu.ar

Amanda Zamuner

azamuner@fahce.unlp.edu.ar

Sandra Peralta

sandra.peralta@econo.unlp.edu.ar

Resulta innegable que la globalización ha venido provocando cambios importantes en los más diversos campos, como el social, el económico y los tecnológicos, entre otros. Un mundo en constante transformación requiere de la educación flexibilidad y amplitud en cuanto a sus alcances. Esto permitirá, en cierta medida, satisfacer las múltiples y nuevas necesidades de los seres humanos de hoy para un pleno desarrollo en el futuro. Es así que varias instituciones de todo el mundo han modificado y adecuando sus planes de estudio, en especial en cuanto a la ampliación de las denominadas "habilidades básicas" de los estudiantes. Dentro de este nuevo contexto, el Inglés parece haberse sumado casi naturalmente a la lista de habilidades básicas que se necesitan dominar para lograr insertarse en la vida laboral, profesional o académica, por ser considerada lengua global.

Este trabajo pretende ofrecer una reflexión sobre la importancia del desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en el área de Inglés con Fines Específicos (ESP, por sus siglas en inglés) y aportar algunas propuestas didácticas para alcanzar ese desarrollo en la formación de grado de futuros profesionales en el ámbito de la carrera universitaria Licenciatura en Turismo de la UNLP.

Introducción

Un mundo globalizado en constante transformación -en áreas como lo social, lo económico y lo tecnológico, entre otras- requiere de una educación formal con capacidad de adaptación según los desafíos que se van proponiendo. Esta modificación debe darse de manera flexible y amplia en sus alcances, a fin de que permita satisfacer las múltiples y nuevas necesidades de quienes lo habitamos y así permitirnos alcanzar un desarrollo pleno.

Es en este marco dinámico que, en varias instituciones de países que parecen haber percibido esta necesidad, se han ido modificando planes de estudio, en especial, en lo que se

refiere a la ampliación de las “habilidades básicas” -como se las ha dado en denominar- de los estudiantes en general y de aquellos que realizan estudios superiores, en especial. En este sentido, el reconocido lingüista David Graddol (2006:72) señala: "el inglés parece haberse sumado a la lista de habilidades básicas. En pocas palabras, su función y su lugar en el plan de estudios ya no es el de la ‘lengua extranjera’ y, a partir de esta noción, se producen cambios profundos en cuanto a quiénes están aprendiendo inglés, sus motivos para aprenderlo y sus necesidades como estudiantes".

Por su parte, en cuanto al Inglés con Fines Específicos, partimos del concepto de que éste constituye una variación de la lengua general fruto de su uso en un determinado contexto académico (Riutort Cánovas, 2010) y de que el interés por aprenderlo parte, inicialmente, de una necesidad, sea profesional, laboral o académica. En este trabajo nos referiremos específicamente al inglés vinculado al sector turístico que es el que utilizamos con los alumnos de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas, UNLP.

El nuevo contexto global al que antes nos hemos referido es el que ha llevado también a una reestructuración y redistribución de las lenguas de comunicación, lo que ha tenido como consecuencia una considerable -algunos dirían, y no sin fundamento, exponencial- expansión del inglés más allá de fronteras nacionales y lingüísticas (Jenkins, 2006) lo que lleva al crecimiento del fenómeno actual llamado Inglés como Lengua Internacional (EIL, por sus siglas en inglés). Por lo tanto, la tendencia actual en la enseñanza del inglés dejó de ser la de considerarla meramente como lengua extranjera (EFL, por sus siglas en inglés), es decir, para comunicarse exclusiva o preferentemente con nativos (Jenkins, 2006), para convertirse en una lengua de comunicación intercultural entre todos quienes lo utilizan: nativos, habitantes de las antiguas colonias –especialmente aquellas que conformaban el imperio británico– que guardan estrechos vínculos con EE. UU. y el Reino Unido, así como hablantes del resto del mundo que lo aprenden por diferentes razones (por ej. para un mayor acceso a la tecnología de la información, por cuestiones de promoción laboral, para obtención de trabajo, sencillamente para disfrutar del ocio, o bien por cuestiones de desarrollo profesional y/o académico, etc.).

Este cambio de paradigma confiere al inglés una función de tipo “econo-cultural” que reconoce principalmente dos tipos de motivación para el aprendizaje: una, que podemos denominar "utilitarista", es decir, que reconoce la importancia de esta lengua para los negocios

internacionales, y otra, más bien “idealista”, que pone más énfasis en el potencial que ofrece el inglés para fomentar la comunicación intercultural y la comprensión mutua (Seidlhofer, 2003:12). Por ello, los nuevos aprendientes de inglés no sólo buscan la obtención de mayores beneficios económicos y educativos, sino también -en forma más o menos consciente- la formación de una nueva identidad que los convierta en ciudadanos globales y cosmopolitas. Los estudiantes son capaces de reconocer que el lenguaje es fundamental a fin de comunicar sus culturas y transmitir conocimientos a los demás, contribuyendo, así, a favorecer los intercambios internacionales en los campos de la economía, el comercio y el turismo.

En este escenario, las propuestas pedagógicas para la enseñanza del inglés han comenzado a contemplar esta nueva multiplicidad de necesidades culturales en el uso de las lenguas en las comunidades lingüísticas particulares y en el contexto internacional. Asimismo, la concepción del inglés como lengua internacional implica un reconocimiento implícito de que esta lengua ha dejado de pertenecer a una cultura específica y geográficamente definida (por ej. las Islas Británicas, Australia o EE. UU.) en forma exclusiva y excluyente; por lo tanto, creemos que resulta necesario ser culturalmente sensibles a la diversidad de contextos en los que se enseña y se utiliza el inglés (McKay, 2003).

Competencia comunicativa intercultural

Antes de abordar el concepto de competencia comunicativa intercultural consideramos que es importante introducir el concepto más general de competencia que propone el *Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Argentina* y que señala que “Las competencias integran conocimientos y destrezas, así como habilidades cognitivas, operativas, organizativas, estratégicas y resolutivas que se movilizan y se orientan para resolver situaciones problemáticas reales de carácter social, laboral, comunitario y axiológico¹.”

En cuanto a las competencias profesionales, Antonio Guerrero Serón las define como: “La capacitación real para resolver determinados problemas”, contando, además de los conocimientos, destrezas y aptitudes, o la flexibilidad y autonomía, con las competencias

¹Según lo define el Ministerio en el documento *Certificación de Competencias. El marco conceptual de la normalización y certificación de competencias laborales. Conceptos*, disponible en:

http://www.trabajo.gov.ar/downloads/formacioncontinua/06_UTECC_Marco_Conceptual.pdf

“humanas y sociopolíticas”, que “amplían el radio de acción a la participación en el entorno profesional, así como a la organización del trabajo y a las actividades de planificación (Guerrero Serón, 1999, p. 339).

Actualmente, en el mercado laboral, una de las competencias profesionales clave que las empresas señalan entre los requisitos mínimos para sus ofertas de empleo se vincula con un manejo de idiomas que permita una interacción lingüística adecuada y creativa en todos los posibles contextos sociales y culturales (García Manjón & Pérez López, 2009). Este requisito nos plantea la necesidad de desarrollar la competencia comunicativa intercultural como parte de la enseñanza del inglés para los futuros profesionales que habrán de desenvolverse dentro del sector turístico.

El concepto de competencia comunicativa surgió con el sociolingüista Dell Hathaway Hymes (1927-2009) a comienzos de la década de 1970 e incluía inicialmente las competencias lingüísticas (conocimiento de las normas gramaticales) así como aquellas sociolingüísticas (conocimiento de las normas sociales que rigen el uso de una lengua) (Kumaravadivelu, 2005). Esta noción fue desarrollada y ampliada desde entonces por lingüistas tales como Michael Canale, Merrill Swain, Lyle Bachman y Adrian Palmer, por mencionar algunos, y surgieron así nuevos modelos de competencia comunicativa que tuvieron en cuenta también la competencia estratégica (uso de estrategias verbales y no verbales para evitar la interrupción de la comunicación), la competencia discursiva (manejo de las diferentes formas del discurso), así como la competencia sociolingüística (conocimiento de reglas socio-culturales en un grupo determinado).

En su libro *From Foreign Language Education to Education for Intercultural Citizenship: Essays and reflections*, Michael Byram (2008) señala que actuar de manera intercultural significa poner en contacto dos culturas. En lo que respecta a la enseñanza de lenguas, este autor postula que uno de sus objetivos debe ser propender al desarrollo de la competencia comunicativa intercultural, entendida como la capacidad de poner en relación la cultura propia y la ajena a fin de lograr la comprensión del otro. Esa comprensión, luego, facilita el desarrollo de estrategias para comunicarse con hablantes de otras culturas, para desempeñarse asimismo como intermediario entre la cultura propia y la extranjera, también para solucionar posibles malos entendidos, así como para lograr superar prejuicios y estereotipos. A nuestro

entender, resulta por ello imprescindible ser capaces de identificar similitudes y diferencias entre las culturas y las personas que se socializan en ellas.

Importancia del desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en los estudios de grado de los alumnos de la Licenciatura en turismo

La actividad turística no ha permanecido inmune a los efectos y las consecuencias del vertiginoso proceso actual de globalización. Muy por el contrario, estos cambios han generado la necesidad de innovar en materia de ofertas y productos turísticos y ha tenido gran impacto a su vez en la formación de los recursos humanos del sector y por consecuencia -tal como señalamos antes- en las competencias profesionales requeridas.

En particular, los profesionales vinculados al sector turístico deben contar no sólo con competencias profesionales propias de técnicas de mercado y de gestión, de tecnologías de la información y la comunicación sino también aquellas del ámbito lingüístico y sociocultural; más específicamente, necesitan desarrollar en profundidad la competencia comunicativa intercultural para poder desempeñarse eficaz y eficientemente como mediadores culturales, un rol clave que conlleva este tipo de trabajo profesional.

Actualmente, los planes de estudio de diversas instituciones educativas contemplan una formación de grado en el área del turismo basada tanto en conocimientos disciplinares (saber) como en conocimientos profesionales (saber hacer). Los primeros, en lo que al área del inglés se refiere, dan cuenta de los conocimientos lingüísticos (estructuras gramaticales, pronunciación), léxicos (vocabulario específico), funcionales (actividades típicas y esenciales del sector turístico como la escritura de correos electrónicos y las conversaciones telefónicas, o mediante Skype y otras tecnologías de comunicación sincrónica y asincrónica) y culturales (aspectos sobre la vida cultural, costumbres, normas de convivencia, etc.). Los segundos, por su parte, implican la utilización de todos esos conocimientos en situaciones laborales propias del ámbito profesional (comunicación con operadores turísticos, lectura y elaboración de informes, conversaciones con turistas, etc.) (de Grado, 2004). Para los profesionales del mercado turístico, trabajar en inglés como lengua extranjera implica, en nuestra propuesta, no sólo conocer la gramática, el vocabulario y los distintos tipos de pronunciación del inglés -que incluye a las culturas de los países donde se lo habla- sino también la posibilidad de entablar comunicación en esa lengua en

diversos contextos laborales, así como comprender y redactar documentos relacionados con el turismo.

Por todo ello, resulta evidente para nosotros el peso que ha adquirido la dimensión intercultural de la actividad turística; especialmente, teniendo en cuenta que el manejo de una lengua extranjera significa el desarrollo de aptitudes y actitudes, de valores y también de una cierta sensibilidad para apreciar y comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes del propio.

Es justamente este último aspecto –el reconocimiento de la diversidad cultural– el que necesita ser desarrollado con mayor profundidad en la formación de los futuros profesionales. Para ello es necesario dotarlos de conocimientos y prácticas relacionadas no sólo a lo verbal, sino a todos los otros rasgos que acompañan a la lengua y conforman una cultura: los gestos, las reglas de interacción social, los turnos de habla, las formas de dirigirse a otros. Todo esto significa guiarlos en la adquisición de habilidades que les permitan, en palabras de Campos Cardoso y Gallardo López (2012), “orientarse culturalmente desde su cultura autóctona hacia la cultura meta del turista”, es decir, tender puentes entre nuestra propia cultura y la del extranjero.

Propuestas didácticas para su desarrollo

En este contexto, creemos que el actual plan de estudios de la Licenciatura de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP ofrece muy buenas oportunidades para el desarrollo de la competencia intercultural en lengua extranjera, habida cuenta de la inclusión de dos niveles de inglés y otros dos de portugués –todos de duración cuatrimestral– con seis horas semanales de dictado entre clases teóricas y prácticas. En los dos niveles de inglés, que se ubican en el primer y segundo año de la carrera, se desarrollan las cuatro habilidades de la lengua mediante el trabajo con los diversos géneros discursivos del turismo (Calvi, 2010), tales como folletos, guías, informes económicos, avisos publicitarios, pasajes, que se abordan con actividades de índole escrita y oral. De esta forma, los alumnos son expuestos a las variadas particularidades de la lengua inglesa, con los rasgos distintivos de su gramática y su fonética, y de su uso dentro del ámbito de la industria del turismo; al mismo tiempo, adquieren progresivamente los elementos que les permitirán comunicarse y trabajar con la mayor eficiencia.

Conscientes de la necesidad de abordar más concretamente el aspecto intercultural, se han seleccionado una variedad de textos que recorren temas tales como la geografía y el clima, los medios de transporte, la contribución del turismo en la economía y sus impactos en los distintos destinos turísticos, los monumentos históricos y sus características, los tipos de turismos y de turistas, entre otros. Pero no solo se exploran los temas vistos desde la perspectiva de la cultura extranjera sino también desde la propia, a fin de contrastar y comparar rasgos, para identificar aquello que nos une y también comprender lo que nos separa.

Sin embargo, reconocemos que queda todavía un largo camino por recorrer con relación a esta competencia. El conocimiento y la reflexión sobre la cultura propia y las ajenas, junto con la práctica sostenida de las habilidades lingüísticas en lengua extranjera demandan un trabajo que claramente excede los límites de las clases de una o más lenguas extranjeras pero que, afortunadamente, se pueden completar con alternativas disponibles y posibles de realizar dentro del mismo ámbito de la unidad académica. Una de ellas sería la implementación de talleres optativos, por ejemplo, de lectura, discusión y redacción en inglés de temas relacionados al turismo; o de trabajo a partir de los géneros discursivos más comunes del turismo o de los que presenten mayor dificultades para los alumnos. Un aspecto fundamental en cuanto al abordaje de la oralidad es el de una “inteligibilidad adecuada” (Abercrombie, 1991, citado por Gilakjani (2012: 103), es decir, "una pronunciación que se puede entender con poco o ningún esfuerzo consciente por parte del oyente". Teniendo en cuenta las variedades de inglés surgidas a partir de la globalización, resulta imprescindible poder hablar y entender diferentes pronunciaciones a fin de lograr una comunicación exitosa en contextos internacionales que comprenden tanto hablantes nativos como no nativos. Esta práctica también podría desarrollarse en talleres en los cuales el número de alumnos fuese reducido, fenómeno que en la actualidad no se produce ni en las clases de teoría ni en las de prácticos de Inglés I y II. Otra propuesta que, creemos, nos permitiría integrar lengua extranjera y cultura sería la realización de trabajos colaborativos interdisciplinarios con otras cátedras de la carrera en los que los estudiantes puedan efectivamente combinar sus “saberes” con su “saber hacer” en inglés.

Mención aparte merecen las constantes innovaciones en el campo tecnológico e informático, esta revolución cultural que ha dejado atrás formas más tradicionales de producción y transmisión del conocimiento. Esto constituye un desafío de actualización para los docentes,

como señalaba ya David Eastment en 1999, al sostener que los docentes necesitaban ir adquiriendo habilidades cada vez más desarrolladas con los motores de búsqueda de información, también diversas formas de evaluar páginas y sitios en la Web, así como técnicas para manipular y crear sus propios materiales para trabajar en el contexto cibernético, pues la puesta en práctica de las TIC –como es sabido– reviste una enorme importancia para la tarea profesional del licenciado en turismo. Este panorama ofrece a los alumnos de grado una mayor posibilidad de trabajo autónomo, libre de limitaciones horarias y espaciales y, de este modo, facilita espacios propios de práctica adicional. Al respecto, cabe mencionar que se cuenta ya con un Campus Virtual, lo que sin duda representa una gran contribución para el desarrollo de la competencia intercultural a partir de tareas que impliquen la utilización de las TIC. En este marco de autonomía que buscamos, los docentes tenemos la tarea de fortalecer la formación de competencias básicas que permitan a los estudiantes pensar críticamente, organizar la información, y seguir aprendiendo más allá del ámbito del aula y las herramientas de apoyo que pone a disposición la tecnología, ya que estamos convencidas de que “la Universidad no tiene ‘productos finales’ sino graduados en formación que aprenden a aprender durante toda la vida” (Pérez Lindo, 2007).

Conclusiones

El nuevo paradigma que plantea la globalización del inglés como lengua internacional de comunicación así como el sostenido crecimiento de los hablantes de inglés no nativos que se trasladan por todo el mundo y llegan hasta nuestro país, entre otras razones, han determinado cambios en las necesidades y las razones para estudiar inglés, más aún en el contexto de la formación de profesionales idóneos en el ámbito del turismo. Estos cambios han producido primero en los docentes una necesidad de volver a reflexionar sobre qué, a quiénes y para qué estamos ofreciendo en nuestros cursos la lengua extranjera, lo que inevitablemente ha llevado a repensar las metas, la metodología y los materiales que se emplean en los dos niveles. Los estudiantes se ven beneficiados por la implementación de estas nuevas consideraciones y, en el marco de un contexto nuevo y altamente competitivo, podrán contar con una habilidad básica más, ser personas multilingües, lo que los pone en clara ventaja frente a quienes sean

monolingües. En su perfil profesional habrán de necesitar el inglés y el portugués así como otras lenguas si han de ser exitosos en su trabajo, sea en el nivel profesional o académico.

Referencias

- AA.VV. (n/d) Marco conceptual de la normalización y certificación de competencias. Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Argentina; disponible en: www.trabajo.gov.ar/downloads/formacioncontinua/06_UTECC_Marco_Conceptual.pdf. Consultado: 15/8/2013.
- Boucher, A. (n/d) Las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (OMD). *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. Organización de Estados Iberoamericanos, disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones15.htm>. Consultado: 30/8/2013
- Byram, M. (2008). *From Foreign language education to education for intercultural citizenship: Essays and reflections* (Vol. 17). Multilingual Matters.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica* 19: 9-32.
- Campos Cardoso, L. M. & Gallardo López, C. T. (2012). El desarrollo de la competencia intercultural en los licenciados en turismo en Cuba: Urgencia en la formación de estos recursos humanos desde un enfoque por competencias. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, Volumen: 9 (septiembre).
- de Grado, L. B. D. T. en Turismo. (2004). *Universidad de Málaga. ANECA: España*.
- García Manjón, J. V., & Pérez López, M. D. C. (2009). Análisis de las competencias lingüísticas y digitales en el marco de los estudios universitarios de turismo en España. *Actualidades Investigativas en Educación*, 9 (1), 1.
- Gilakjani, A. P. (2012). The Significance of Pronunciation in English Language Teaching. *English Language Teaching*, 5(4), p96.
- Graddol, D. (2006). *English Next*. Plymouth: Latimer Trend & Company Ltd.
- Eastment, D. (1999). *The Internet and ELT*. Oxford: Summertown Publishing.
- Guerrero Serón, Antonio. (1999). El enfoque de las competencias profesionales: una solución conflictiva entre formación y empleo. *Revista Complutense de educación*. Volumen 10. (Nº 1), pp. 335-360.
- Jenkins, J. (2006). *Current Perspectives on Teaching world Englishes and English as a lingua franca*. TESOL Quarterly, 40 (1), 157-181.
- Kumaravadivelu, B. (2005). *Understanding Language Teaching: From Method to Postmethod*. Routledge.
- McKay, S. L. (2003). Toward an appropriate EIL pedagogy: Re examining common ELT assumptions. *International Journal of Applied Linguistics*, 13(1), 1-22.

Pérez Lindo, A. (2007). Principios y aplicaciones de la gestión del conocimiento en la Universidad. En: *Aportes de las Ciencias sociales y humanas al análisis de la problemática universitaria*. Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas (editor), pp. 67-76. Buenos Aires: Prometeo Editor

Riutort Cánovas, A. (2010). *La competencia comunicativa intercultural en el aula de español de los negocios: análisis de materiales para su enseñanza* (Doctoral dissertation, Montes).

Seidlhofer, B. (2003). *A concept of international English and related issues: from 'real English' to 'realistic English'?*. Language Policy Division, DG-IV-Directorate of School, Out-of-School and Higher Education, Council of Europe.