



Vol 4, Nº 10 (julio/julho 2011)

GLOBALIZACIÓN-COMUNICACIÓN EN EL SECTOR DEL TURISMO: UN PROBLEMA SOCIAL A RESOLVER

Carlos Alberto Larrinaga Cañizares

Dpto de Idiomas de la Escuela de Hostelería y Turismo Isla de la Juventud

carloslc@ehtij.co.cu

RESUMEN

El reto que constituye la capacitación se complejiza en un mundo globalizado donde la actualización permanente de los recursos humanos significa ser competitivos en el sector del turismo. Para que este sector pueda cumplir su encargo social y ser realmente la locomotora de la economía cubana, sus instituciones –en este caso Formatur y las Escuelas de Hotelería y Turismo– forman y capacitan a sus recursos humanos teniendo en cuenta lo más avanzado de la ciencia y la técnica.

Este artículo aborda la capacitación en lo referente al aprendizaje de idiomas extranjeros, específicamente el aprendizaje del inglés como lengua extranjera y parte del proceso de formación y capacitación de los recursos humanos del turismo. Para ello el autor se basa en los fundamentos filosóficos, pedagógicos, psicológicos y de la didáctica especial de la enseñanza de las lenguas extranjeras para analizar desde estos presupuestos teóricos, el modelo que

debe caracterizar los perfiles de un trabajador del turismo y su consecuente estrategia pedagógica que conjunto a la empresa, la escuela debe propiciar para un dominio adecuado de lenguas extranjeras.

Palabras clave: capacitación, competencia comunicativa integral, aprendizaje significativo, IFE Inglés con fines específicos, calidad total en los servicios.

INTRODUCCIÓN

Las palabras de nuestro Comandante en Jefe Fidel Castro con referencia al dominio de cinco idiomas por parte de los recursos humanos del sector del turismo constituyen un reto para mejorar la calidad de los servicios. Cuba debe convertirse en un destino turístico caracterizado por la atención personalizada donde el lenguaje constituya el puente de comunicación y por ende motivo de satisfacción de los turistas.

El Ministerio del Turismo cuenta con FORMATUR, que tiene el encargo social de formar y capacitar a los recursos humanos del sector con el objetivo estratégico de preservar y elevar la moral revolucionaria de sus cuadros y trabajadores. Las EHT (Escuelas de Hotelería y Turismo) adoptan la modalidad de sistema de formación básica y de mandos intermedios, así como el sistema ramal para la formación y capacitación de los recursos humanos en estrecha vinculación con las empresas.

Los recursos humanos del turismo lo componen todos aquellos trabajadores del turismo tanto en contacto directo –animadores, recepcionistas, camareras de habitación, dependientes gastronómicos, choferes, relacionistas públicos, cocineros -, así como los que trabajan en oficinas y departamentos que conforman la infraestructura de apoyo a la atención al turista.

El turismo al convertirse en locomotora de la economía cubana tiene que contar con personal calificado en cada uno de los puestos de trabajo que brinden servicios de excelencia y puedan multiplicar la atracción del turista hacia nuestros destinos. Para lograr estos propósitos los productos deben ser cada vez más competitivos; el personal que diseña y potencia el producto turístico puede hacerlo de manera efectiva si se supera constantemente y conoce las tendencias actuales en el mundo de esta industria del ocio.

El dominio de varios idiomas extranjeros por parte de los recursos humanos constituye un requisito fundamental de expresión de calidad del producto turístico que se brinda. Si ese dominio refleja una adecuada competencia comunicativa integral de la lengua extranjera para el desempeño del trabajador entonces vamos camino al perfeccionamiento.

Precisamente el objetivo de este trabajo es contribuir al perfeccionamiento de la formación básica y continua de los recursos humanos (RRHH) del sector en

lo referente al aprendizaje del Inglés con fines específicos, como vía de garantizar una adecuada comunicación.

La Escuela de Hotelería y Turismo Isla de la Juventud ha tenido un desarrollo ascendente al ir alcanzando mayores niveles de superación profesional. Si en sus inicios se fundó con tres especialidades: Regiduría de Pisos, Servicios Gastronómicos y Recepción Hotelera. A partir del año 2000 se fueron incorporando el resto de las especialidades del sistema piramidal modular (Animación Turística, Cocina Profesional, Dependiente Comercial y Panadería-Dulcería) hasta llegar a 7, incluyendo los segundos niveles de la pirámide en Servicios Gastronómicos (Capitán de Salón) y Regiduría de Pisos (Supervisora), al mismo tiempo la escuela ha ido asimilando diferentes cursos de capacitación ramal y modalidades en la enseñanza postgraduada cumpliendo de esta forma con la misión de: formar, capacitar y desarrollar, según necesidades y demandas, a los recursos humanos del turismo en el territorio, teniendo en cuenta las exigencias actuales y acorde con los principios de la Revolución Cubana.

Contando con los avances de las ciencias filosóficas, las ciencias pedagógicas, las ciencias de la educación, la psicología entre otras ciencias, así como con los avances tecnológicos, este trabajo se propone perfeccionar el aprendizaje de la lengua extranjera Inglés como parte del proceso de formación y capacitación de los RRHH del turismo, elevando la competencia comunicativa integral en idioma Inglés.

Para ello el autor determinará el modelo de aprendizaje que posibilite al animador desempeñarse eficientemente en lo que respecta a su competencia comunicativa en inglés teniendo en cuenta el contexto – Los Canarreos- donde realiza su labor.

Para el logro de este modelo deberá proponer una estrategia pedagógica que integre la escuela y la empresa teniendo como fundamento la enseñanza de idiomas con fines específicos para la formación profesional de los RRHH del sector del turismo.

Los resultados de este trabajo de Ciencia Tecnología y Sociedad, serán sustento para el logro del modelo de perfeccionamiento del aprendizaje de la lengua extranjera Inglés en el desempeño de la labor de los recursos humanos del turismo teniendo en cuenta la ciencia y el valor y por lo tanto el enfoque axiológico que es imprescindible para un sector y una especialidad- Animador Turístico- que deviene en primera trinchera en la defensa de nuestra identidad cultural.

Entonces se trata de que el animador turístico ofrezca un servicio de calidad entendido como el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que tienen que ver con su capacidad para satisfacer una necesidad determinada.

En un mundo globalizado, de intercomunicación inmediata, la mejora continua y optimización de los procesos, con el fin de lograr una mayor satisfacción del

cliente y ser más competitivo es la vía para incrementar la gestión de la calidad total en los servicios.

MATERIAL Y MÉTODOS

Para éste artículo se utilizaron métodos teóricos y empíricos, tales como., análisis-síntesis, inducción-deducción, análisis documental, observación, entrevistas y encuestas.

La interacción con el turista a través del idioma extranjero conlleva la transmisión de un sistema de ideales, valores, cualidades, principios y normas morales. Esta transmisión se logra a través de un aprendizaje efectivo que conlleve hacia una competencia comunicativa integral en la especialidad de que se trate. La observación, las encuestas y entrevistas nos permitieron valorar la satisfacción del turista por el servicio brindado.

La didáctica especial de la enseñanza de lenguas extranjeras, como parte de una de las ciencias de la educación define la Competencia comunicativa integral (Pulido (2004) como la habilidad del que aprende la lengua para expresar, interpretar y negociar significados socioculturales en la interacción entre dos o más personas, o entre una persona y un texto oral o escrito, de forma tal que el proceso de comunicación sea eficiente y esté matizado por modos de actuación apropiados. La competencia comunicativa integral, desde nuestras posiciones teóricas, comprende nueve diferentes dimensiones: la competencia cognitiva, la competencia lingüística, la competencia discursiva, la competencia estratégica, la competencia sociolingüística, la competencia de aprendizaje, la competencia sociocultural la competencia afectiva y la competencia comportamental.

El aprendizaje del idioma extranjero se hace efectivo cuando se conoce cómo va a reaccionar el cliente extranjero ante determinado estímulo lingüístico o extralingüístico sin que esto presuponga una identificación a ultranza con el interlocutor. Se trata de conocer además sus hábitos, tradiciones y cultura, no de convertirse en un extranjero.

De acuerdo al criterio de David Ausubel, figura cimera del cognitivismo contemporáneo y pionero en el estudio del aprendizaje significativo, las dificultades prevalecientes en la comprensión de la naturaleza del aprendizaje se deben en gran medida a que los psicólogos tratan de incluir los variados tipos y modalidades cualitativamente singulares en un único modelo conceptual, suponiendo que el mecanismo del aprendizaje debe ser idéntico en todos los casos, con independencia de *qué se aprende*. (Ausubel, Novak y Hanesian, 1991)

Cada idioma representa un código comunicativo único pero al igual que en la lengua materna el aprendizaje significativo reside en que las ideas expresadas simbólicamente son relacionadas de modo no arbitrario, sino sustancial con lo que el alumno ya sabe.

En sentido general y amplio, un aprendizaje significativo es aquel que, partiendo de los conocimientos, actitudes, motivaciones, intereses, y experiencia previa del estudiante hace que el nuevo contenido cobre para él un determinado sentido. Este tipo de aprendizaje potencia el establecimiento de relaciones entre aprendizajes, relaciones entre los nuevos contenidos y el mundo afectivo y motivacional de los estudiantes, relaciones entre los conceptos ya adquiridos y los nuevos que se forman, relaciones entre el conocimiento y la vida, entre la teoría y la práctica.

A partir de esta relación significativa, el contenido de los nuevos aprendizajes cobra un verdadero *valor* para la persona, y aumentan las posibilidades de que dicho aprendizaje sea duradero, recuperable, generalizable, transferible a nuevas situaciones (características esenciales de un aprendizaje eficiente), así como de pasar a formar parte del sistema de convicciones del sujeto.

Este trabajo toma como marco de referencia el enfoque histórico-cultural de *L.S. Vigotsky*, el cual permite comprender el aprendizaje como resultado de la actividad social de los hombres, y muy especialmente, como resultado de sus interacciones en el seno de determinado contexto social, histórico, cultural y empresarial que condicionan los valores, objetivos y métodos de trabajo profesional fundamentados en una ética acorde con los intereses sociales más valiosos y propios de la concepción humanista, los cuales guían, en este caso, el trabajo del sector del turismo con su propósito de preservar y elevar la moral revolucionaria de sus cuadros y trabajadores en nuestra sociedad socialista.

Basado en la metodología de la enseñanza de lenguas extranjeras o didáctica especial, en este caso de la enseñanza del Inglés como lengua extranjera y ciencia humanística que ha definido el Inglés con fines específicos (IFE) y que a decir de Hutchinson & Waters prefieren decir que no es y apuntan que el IFE no debe verse como un producto, ni como un tipo específico de idioma o de metodología: para ellos es un enfoque para el aprendizaje de un idioma que se basa en las necesidades del educando.

Las profesoras Concepción Bueno y Magalys Hernández en su definición de IFE acentúan su aspecto en la enseñanza y lo consideran una especialización dentro de la enseñanza de lenguas extranjeras que, en efecto, parte de las necesidades de los estudiantes y cuyo contenido lingüístico se encuentra en función del registro, del discurso y del género de la disciplina a la que sirva y que aunque no se pueda hablar de una metodología propia ni diferente

totalmente de la empleada en la enseñanza del inglés general, sí tiene elementos que la distinguen y el principal de ellos es el vacío de información que surge de forma espontánea durante el proceso así como la simbiosis que debe producirse entre la metodología de la enseñanza del inglés general y la metodología propia de la disciplina a la que éste sirve.

La enseñanza del idioma inglés con fines específicos en la formación continua de los recursos humanos del turismo, debe estar en función de desarrollar los hábitos y habilidades comunicativas que se demandan para la formación de un profesional del turismo, como comunicador competente en una lengua extranjera en el marco de la capacitación concebida como proceso de potenciación y desarrollo del individuo de acuerdo con su profesión. Es un espiral de procesos que propicia la gestación de una capacidad sostenible de aprendizaje.

Se trata, por lo tanto, de dar lugar a una continuidad creciente de acciones de aprendizaje que garanticen no sólo un empleo como resultado de la formación inicial, sino el despertar de una «pasión» por aprender que se mantenga a lo largo de la vida activa y contribuya a aumentar la competitividad en el trabajo y el desarrollo del individuo.

En tanto aprendizaje el Inglés con fines específicos refleja la concepción de Ausubel y Carl Rogers en el su aprendizaje significativo que tiene lugar cuando lo estudiado es relevante en los intereses personales del estudiante. Pero la relevancia no es posible que sea estática y permanente, aunque parte de la teoría del aprendizaje empírico necesita también del racionalismo porque la teoría rige la práctica y la práctica corrige la teoría.

La práctica constante que nos convoca a enfrentar nuevas situaciones, encuentra en los trabajadores potenciados por su competencia comunicativa integral, la posibilidad de solucionar cada reto y mantener la calidad en el servicio que se brinda y por ende su crecimiento personal.

Desde el punto de vista psicológico este trabajo concreta su accionar hacia el recurso humano del turismo: adultos que necesitan aprender lenguas extranjeras con fines específicos para perfeccionar su desempeño como trabajadores de ese sector.

La adquisición de la primera lengua se realiza de manera natural y espontánea, mientras que el aprendizaje de una segunda, implica la reestructuración de un método para enseñar el código (el idioma) y una metodología que se adecue a los participantes del proceso.(Ellis, 1996) “El aprendizaje de una lengua extranjera, sobre todo en la edad adulta, cuando la capacidad de discriminación fonológica se ve prácticamente reducida a los sonidos de la propia lengua

(Calvin,2001), no suele ser ni natural, ni espontáneo y, simultáneamente, la tolerancia de los errores es mucho menor.” Por lo tanto al adentrarnos en las características del adulto definiremos los estilos cognitivos y estrategias de aprendizaje que sobre todo el mismo aprendiz debe tener conciencia, o sea, su metacognición. La composición etárea de los animadores –hasta 30 en el proceso de formación y aunque no legislado son activos hasta los 35 ó 40 aproximadamente- clasifican dentro las características del adulto.

Estas premisas serán fundamentales en el diseño de la estrategia pedagógica donde los cursos o actividades planificadas responderán a las características del aprendizaje de adultos, no solo a tener en cuenta por los profesores, sino por los capacitadores y gestores de los recursos humanos de las empresas.

Como parte del contexto social en que transcurre el desempeño de un Animador Turístico en particular o un trabajador del sector del turismo en general, la dinámica del trabajo y del desarrollo tecnológico impone el uso de las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) para la enseñanza y el aprendizaje de lenguas extranjeras, así como los retos y las oportunidades que ofrecen además de las dificultades que pueden presentarse al ser empleadas. El empleo de la tecnología en las clases contribuye al desarrollo del aprendizaje autónomo y el uso del correo electrónico en la docencia, todo lo cual conlleva a alternativas novedosas de su uso.

Para perfeccionar el aprendizaje del Inglés como la lengua extranjera hay que tener presente las TIC porque facilitan la actualización rápida de la información y la complementariedad entre diversos medios didácticos enmarcados en la clase no presencial como complemento y ejercicio del aprendizaje autónomo.

Hoy en día en un contexto de globalización, de mercados abiertos y de recesión económica, competir con productos o servicios provenientes de todo el mundo, se hace significativamente difícil, por lo tanto, lograr una mayor participación del mercado y una óptima rentabilidad en las organizaciones, se convierten más que un objetivo empresarial, se convierte en un asunto de supervivencia.

La alternativa tradicional a esta situación, es incrementar los ingresos por medio del crecimiento de las ventas y la reducción de los gastos, ¿Pero qué sucede en una recesión donde se hace extremadamente difícil el incremento de las ventas? El lado extremo de esta opción, se traduciría en una reducción de personal, sin embargo existe una tercera vía; la mejora continua y optimización de los procesos, con el fin de lograr un mayor rendimiento y ser más competitivo, y por consecuencia incrementar las ventas con precios atractivos que impulsen la producción y la utilización de un mayor número de recursos humanos.

Un camino para el logro de esto último, consiste en elevar la calidad de los productos o servicios; sin embargo este enfoque sigue siendo considerado por la mayoría de los empresarios y altos ejecutivos de empresas, como un proceso más dirigido a los niveles de base, o también consideran que se asemeja más a una moda organizacional, o que forma parte de una obligación que se les exige en un proceso de certificación.

Si la calidad en los servicios la entendemos como mercancía comerciable aisladamente, producto intangible que generalmente no se experimenta antes de la compra pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes, tendremos necesariamente que adentrarnos en las características de los mercados emisores, en su cultura, tradiciones, aspiraciones para formar un animador turístico que satisfaga las expectativas del cliente en términos de su competencia comunicativa en idioma Inglés.

Para nuestra sociedad contar con animadores más capaces desde el punto de vista comunicativo en la lengua extranjera Inglés nos prepara para presentes y futuros retos donde el mercado emisor más numeroso podría ser el anglófono. En la actualidad tenemos Canadienses y Británicos, además de todos los europeos y asiáticos que también se comunican en lengua inglesa.

Un modelo adecuado de animador turístico y de trabajador del turismo en general va a redundar en el prestigio de Cuba como destino turístico de paz, cultura y sano esparcimiento.

RESULTADOS

El sector de la Isla de la Juventud está compuesto por dos polos fundamentales: Cayo Largo y la Isla de la Juventud.

Para tener en cuenta la envergadura de las necesidades de aprendizaje de los recursos humanos del sector, debemos partir de la fuerza laboral que posee el territorio y los distintos niveles de escolaridad como lo muestra el siguiente gráfico:

TOTAL DE TRABAJADORES DEL SECTOR 2047

Universitarios	16.5%
Pre universitarios	64%
Secundaria Básica	16.4%
Otros	2.2%

1432 de los trabajadores son egresados de la escuela de hotelería y turismo de la Isla de la Juventud que representa el 70% de la fuerza laboral. Este personal domina al menos un idioma extranjero en uno de sus tres niveles existentes. Sin embargo hemos comprobado que la competencia comunicativa

en las diferentes especialidades es insuficiente así como el dominio de más de un idioma por lo menos en el nivel de socialización.

Para el análisis de las necesidades comunicativas de los RRHH del sector nos basaremos en una de las especialidades llamadas de contacto directo con los turistas: La Animación Turística

Ya se han graduado 6 grupos de Animadores turísticos que han aprendido idioma Inglés o Italiano fundamentalmente hasta un tercer nivel y después como proceso de capacitación han adquirido diferentes niveles en Alemán y Francés. Tanto los egresados con el tercer nivel de Inglés como los que están aprendiéndolo tienen dificultades para el cumplimiento de las expectativas de comunicación con los clientes. Existen estereotipos de intercambio en shows, juegos recreativos, actividades deportivas etc., que reflejan deficiencias en el aprendizaje de la lengua extranjera Inglesa.

Teniendo en cuenta el Inglés con fines específicos (IFE) para la formación y capacitación de los recursos humanos y consecuente desarrollo de su competencia comunicativa integral debe contribuir al perfeccionamiento del desempeño en cada una de las especialidades.

Sin embargo en el análisis histórico del IFE realizado por la MSc. Isely González López de la Universidad de Pinar del Río refleja que en el análisis de su experiencia de aplicación es posible afirmar que no se hace hincapié en el desarrollo de aquellas habilidades profesionales mediante la tarea docente que permita continuar la lógica de la actuación profesional como una invariante del contenido, limitando las posibilidades de construir y aplicar el conocimiento y poner en práctica las escasas habilidades adquiridas y por tanto una pobre vinculación con lo que será la vida futura. Por ende, el estudiante refleja un limitado resultado en su desarrollo para comprender y resolver problemas, para planificar y evaluar la actividad que realiza y actuar con autonomía e independencia

Por tal razón se hace necesario que el estudiante este en condiciones de integrar sus necesidades específicas a la información que reciba y transformarla en conocimientos que permitan la solución de situaciones problemáticas relacionadas con sus modos de actuación

DISCUSIÓN

El contexto social, histórico, cultural y empresarial tan dinámico y diverso del turismo condiciona los valores, objetivos y métodos de trabajo profesional fundamentados en una ética acorde con los intereses sociales más valiosos y propios de la concepción humanista de nuestra Revolución.

El perfeccionamiento del aprendizaje del idioma Inglés para los animadores turísticos dentro de la formación y capacitación se apoya en el desarrollo de una competencia comunicativa integral El IFE (Inglés con fines específicos),

posibilita el desarrollo de esa competencia comunicativa integral para la ocupación en cuestión, teniendo como premisa el aprendizaje significativo.

La activación de procesos metacognitivos como características del proceso de enseñanza y aprendizaje de los adultos debe ocurrir con el auxilio de las TIC y metodologías de estudio existentes para el aprendizaje del Inglés como lengua extranjera.

Modelar las características del aprendizaje del inglés como lengua extranjera de un animador turístico de la Región los Canarreos teniendo en cuenta las dimensiones analizadas en este trabajo y diseñar una estrategia pedagógica consecuente que involucre la escuela y la empresa debe coadyuvar al perfeccionamiento del aprendizaje de lenguas extranjeras y por ende la mejora en los servicios. Para ello la escuela y la empresa deben valorar sistemáticamente la capacitación de los animadores turísticos para realizar las adecuaciones pertinentes de manera que haya una constante actualización en correspondencia con la dinámica del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Antich de León ,Rosa . Metodología de la Enseñanza de Lenguas Extranjeras .Editorial Pueblo y Educación. 1988
- Ausubel, D., Novak, J. y Hanesian, H. (1991). Psicología Educativa. Un punto de vista cognitivo. México: Editorial Trillas. Quinta reimpresión
- Ayala Castro, Héctor. Medio Siglo de Transformaciones del Turismo en Cuba. Ediciones Balcón. 2002
- Blanco Pérez, Antonio. Introducción a la Sociología de la Educación. Editorial Pueblo y Educación. 2001
- Castellanos Simons, Beatriz. Perspectivas Contemporáneas en torno al aprendizaje. Abril 1999.
- Gonzáles López, . Iselys. La enseñanza del Inglés con Fines Específicos (IFE) en el contexto internacional, en Cuba y en las carreras económicas de la UPR
- González Soca, Ana María y Carmen Reinoso Cápiro. Nociones de sociología, psicología y pedagogía
- *Guerrero Castro, Francisco* Tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso enseñanza aprendizaje. 1999
- Núñez Jover, Jorge De la ciencia a la tecnociencia: pongamos los conceptos en orden.
- Legonía Loli, Wilfredo. POR QUE APLICAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD? ¿ES TODAVÍA LA CALIDAD UNA MODA?

- Pérez Gómez, Angel I. Los procesos de enseñanza- aprendizaje: Análisis didáctico de las principales teorías del aprendizaje
- Pulido Díaz, Arturo y Vilma María Pérez Viñas .Hacia un concepto de competencia comunicativa integral: un novedoso acercamiento a sus dimensiones