



CARRERA: Curso Técnico Terciario en Congresos, Eventos y Protocolo

Portugués turístico I

Módulo: I

Modalidad: Presencial

Carga Horaria: 3

Créditos educativos: 5

I) Propósitos de la unidad curricular

El estudiante podrá mantener comunicaciones breves y sencillas en el ámbito turístico, con el fin de brindar atención inicial a visitantes lusófonos, a partir de la comprensión y producción de mensajes cortos, la transmisión y recepción de informaciones básicas, y el uso de vocabulario y estructuras propias del área turística en portugués. Se posicionará como un actor respetuoso y cordial, capaz de brindar respuesta a los requerimientos más inmediatos de sus interlocutores.

II) Logros de aprendizaje^[1]

Incorpora vocabulario inicial para interactuar con cortesía y adecuación intercultural en contextos turísticos y profesionales.

Difunde información turística para orientar al turista mediante descripciones claras, instrucciones precisas e itinerarios pertinentes.

Gestiona atención al turista para responder profesionalmente a solicitudes, consultas y quejas en situaciones reales de comunicación oral y escrita.

^[1] Los logros de aprendizaje varían según el contexto (territorio) en que se da el proceso de enseñanza-aprendizaje. En el presente documento se propone los logros de aprendizaje tratándose de una Lengua Extranjera (LE), es decir, direccionando a estudiantes de los diferentes Departamentos del país, excepto la zona fronteriza, dado que el portugués en la frontera es la Segunda Lengua (L2) de muchos estudiantes, inclusive Lengua Materna (L1) de varios de ellos.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular y desglose analítico

Saberes Estructurantes	Saberes Asociados	Saberes de profundización
------------------------	-------------------	---------------------------

1- Vocabulario inicial	1.1- Saludos, cortesía y etiqueta comunicativa. 1.2- Presentación personal y profesional. 1.3- Información personal y de contacto	1.1.1- Uso contextualizado de registros formales e informales. 1.1.2- Comunicación asertiva en atención al turista. 1.1.3- Estrategias de cortesía intercultural (Uruguay-Brasil). 1.2.1- Adaptación del discurso según rol profesional. 1.2.2- Mini-bios profesionales. 1.3.1- Análisis textual de presentaciones reales. 1.3.2- Producción de formularios completos y fichas de registro. 1.3.3- Simulaciones de check-in / check out. 1.3.4- Verificación y corrección de datos de huéspedes.
2- Información turística	2.1- Localización geográfica 2.2- Movilidad y transporte 2.3- Actividades	2.1.1- Descripción de rutas y recorridos turísticos. 2.1.2- Interpretación de mapas de transporte y circuitos turísticos. 2.1.3- Textos cortos de descripción de atractivos. 2.2.1- Elaboración de instrucciones precisas para turistas. 2.2.2- Diseño de itinerarios simples. 2.2.3- Atención de consultas sobre transporte. 2.3.1- Descripciones de servicios o atractivos. 2.3.2- Simulación de guía o agente de información turística.

3- Atención al turista	3.1- Comunicación funcional en contextos reales 3.2- Correos electrónicos profesionales y whatsapp corporativo 3.3- Gestión de solicitudes, pedidos y quejas	3.1.1-Brinda información en el ámbito turístico, desarrolla la comunicación directa e indirecta a través de la comprensión y producción oral y/o escrita. 3.2.1-Estructura del correo profesional (asunto, saludo, cuerpo, cierre, firma). 3.2.2-Respuesta (producción oral y/o escrita) a solicitudes habituales (reservas, tarifas, servicios incluidos, tours, visitas guiadas, consultas sobre eventos). 3.2.3-Mensajes breves profesionales (WhatsApp corporativo). 3.3.1- Formularios de reserva, de check-in, check-out, inscripción al evento etc. 3.3.2-Flyer turístico, flyer del evento. 3.3.3- Gestión de solicitudes, pedidos y quejas. 3.3.4-Léxico para quejas e imprevistos. 3.3.5-Fórmulas asertivas para resolver problemas.
-------------------------------	---	---

IV) Orientaciones pedagógicas

- Enfoque comunicativo y funcional del idioma, se prioriza el uso del portugués en situaciones reales y simuladas del ámbito turístico.
- Aprendizaje basado en situaciones profesionales propias del sector turístico (recepción hotelera, atención en agencias, centros de información, gastronomía, visitas guiadas), que permitan al estudiantado desarrollar competencias lingüísticas aplicadas a su futuro desempeño laboral.
- Uso de role plays y simulaciones de interacción con visitantes, orientadas a la práctica de saludos, presentaciones, solicitud y provisión de información, resolución de consultas y gestión de requerimientos frecuentes.
- Trabajo con material auténtico del sector turístico, como formularios, fichas de registro, correos electrónicos, mensajes digitales, folletos, sitios web y señalética turística, para favorecer la comprensión y producción de textos reales.
- Desarrollo progresivo de la oralidad y la comprensión auditiva, empleo de audios, videos y situaciones de escucha propias del turismo, con especial atención a diferentes acentos del portugués (Brasil y región).

- Se integra canales de comunicación múltiples (presencial, telefónico y digital), se promueve el uso del portugués en contextos de atención al cliente acordes a las demandas actuales del sector turístico.
- Promoción de una comunicación intercultural respetuosa, se atiende a las normas de cortesía, usos socioculturales y expectativas de los visitantes lusoparlantes.
- Evaluación continua y formativa, basada en desempeños comunicativos observables, tales como simulaciones, producciones orales breves, completado de formularios y resolución de situaciones problemáticas propias del ámbito turístico.



Orientaciones metodológicas específicas

Las clases se desarrollan prioritariamente en el idioma objetivo, conforme a los principios del enfoque comunicativo, con el propósito de favorecer la inmersión lingüística del estudiantado. Esta modalidad permite la familiarización progresiva con la fonética, el léxico y las estructuras propias de la lengua, así como el desarrollo de la competencia comunicativa y expresiva en contextos de uso real vinculados al ámbito turístico. Se contemplan excepciones puntuales cuando sea necesario para facilitar la comprensión de consignas o contenidos específicos.

Se emplean materiales auténticos del sector turístico, tales como formularios, fichas de registro, folletos, señalética, audios, videos y textos digitales, con el fin de acercar al estudiantado a situaciones comunicativas reales y favorecer la transferencia de los aprendizajes al desempeño profesional.

El abordaje metodológico se fundamenta en el concepto de competencia comunicativa, entendida, según Canale y Swain (1980), como la integración de tres componentes:

- Competencia gramatical, que comprende los aspectos léxicos, sintácticos, fonológicos, semánticos y morfológicos de la lengua.
- Competencia sociolingüística, vinculada al conocimiento y uso adecuado de las normas socioculturales, al contexto social y a las reglas del discurso, incluyendo la cohesión y coherencia textual.
- Competencia estratégica, que implica el uso de estrategias verbales y no verbales para resolver dificultades, compensar limitaciones lingüísticas y sostener la interacción comunicativa.

Asimismo, se promueve el desarrollo de la competencia expresiva, entendida como la capacidad de:

- potenciar la creatividad en la producción oral y escrita,
- desarrollar el juicio crítico para interpretar, seleccionar y jerarquizar información,
- reconocer, comprender y construir significados culturales a partir de discursos textuales y audiovisuales propios del ámbito turístico.

En este marco, las propuestas de enseñanza priorizan actividades participativas, contextualizadas y orientadas a la acción, tales como simulaciones, role plays, análisis de situaciones problemáticas y producción de intercambios comunicativos propios del sector turístico.

Orientaciones para la evaluación

La evaluación tiene un carácter inclusivo, continuo y formativo, orientado a acompañar el proceso de aprendizaje del estudiante, se estimula su progreso, la ampliación de sus conocimientos y el desarrollo de una mirada crítica sobre su propio desempeño comunicativo en el ámbito turístico.

Seguendo a Loch (2000), evaluar no se concibe como un acto meramente calificativo —asignar notas, promediar o aprobar—, sino como el diseño y la aplicación de mecanismos que permitan ajustar y mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje, favoreciendo la construcción progresiva de las competencias lingüísticas y profesionales.

En este marco, la evaluación atiende a las necesidades reales e inmediatas del estudiantado, se promueven aprendizajes significativos vinculados a los pilares educativos propuestos por Perrenoud (2000): aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a convivir. El conocimiento se concibe, así, como un proceso social, interactivo y compartido entre los sujetos involucrados en la enseñanza y el aprendizaje.

Se propone una evaluación permanente a lo largo del proceso formativo, desde una concepción de evaluación formativa, entendida como el seguimiento sistemático de la trayectoria de construcción de los aprendizajes. De acuerdo con Villas Boas (2006), se realiza un análisis frecuente e interactivo del progreso del estudiantado, con el fin de identificar dificultades, retroalimentar los procesos y generar oportunidades para que los aprendizajes no logrados puedan ser efectivamente alcanzados.

Se valora especialmente:

- la participación activa en clase y en las actividades propuestas,
- la realización de producciones orales y escritas en contextos turísticos simulados,
- los trabajos individuales y grupales,
- y las instancias de evaluación parcial, coherentes con los desempeños comunicativos esperados.

Se fomenta el trabajo colaborativo, como estrategia para fortalecer los vínculos entre pares, promover el intercambio de saberes y desarrollar competencias comunicativas e interpersonales propias del ámbito profesional.

La evaluación integra de manera articulada los aspectos lingüísticos y gramaticales con las situaciones propias de la actividad turística, haciendo énfasis en la comprensión lectora, la comprensión oral y la producción oral, mediante el uso de recursos audiovisuales, textos verbales y no verbales.

V) Bibliografía

Calderaro, M. (s. f.). *Etiqueta e boas maneiras*. Nova Fronteira.

Campedelli, S. Y., & Souza, J. B. (1999). *Gramática do texto*. Saraiva.

Coudry, P., & Fontão, E. (1989). *Fala Brasil*. Pontes.

Doblinski, S. (1997). *Negócio fechado*. Campus.

Eberlein O. F. Lima, E., & Iunes, S. A. (1981). *Falar... ler... escrever... português* (Vols. 1–2). EPU.

Eberlein O. F. Lima, E., & Iunes, S. A. (1990). *Via Brasil*. EPU.

Eberlein O. F. Lima, E., Rohrmann, L., Ishihara, T., Gonzalez Bergweiler, C., & Iunes, S. A. (1992). *Avenida Brasil* (Vols. 1–2). EPU.

Ferreira, R. (1996). *Correspondência comercial e oficial*. Ática.

Folha de São Paulo. (1992). *Manual de redação da Folha de São Paulo*.

Neves, M. H. de M. (1999). *Gramática de usos do português*. UNESP.

Outik de Ponce, M. H., Andrade Burim, S. R. B., & Florissi, S. (1999). *Bem-vindo*. SBS.

Outik de Ponce, M. H., Andrade Burim, S. R. B., & Florissi, S. (2000–2002). *Tudo bem?* (Vols. 1–2). SBS.

Outik de Ponce, M. H., Andrade Burim, S. R. B., & Florissi, S. (2006). *Panorama Brasil: Ensino do português no mundo dos negócios*. Galpão.

Versión preliminar