

CARRERA: Curso Técnico Terciario en Gestión de Empresas Turísticas

Portugués Turístico II

Módulo: II

Modalidad: Presencial

Carga Horaria: 3

Créditos educativos: 5

Dirección Técnica de Gestión Académica

Programa de Educación Terciaria

Departamento de Desarrollo y Diseño Curricular

I) Propósitos de la unidad curricular

Los propósitos de la unidad curricular orientan el sentido pedagógico del curso, articulan conocimientos, habilidades y actitudes, se vinculan con el Perfil de Egreso y las competencias generales, y funcionan como marco orientador para la planificación docente. En este sentido, no describen actividades concretas ni resultados medibles inmediatos, sino metas amplias de formación.

La unidad curricular Portugués tiene como propósito consolidar y profundizar el desarrollo de la competencia comunicativa y expresiva de los estudiantes, favoreciendo un uso autónomo, pertinente y fluido del idioma en contextos vinculados a la Gestión de Empresas Turísticas, la Gestión de Alojamiento y la organización de Congresos, Eventos y Protocolos.

Se busca promover la capacidad de interactuar eficazmente en situaciones profesionales, académicas y socioculturales propias del ámbito turístico y de servicios, integrando competencias lingüísticas, sociolingüísticas, discursivas y estratégicas que permitan comprender, producir y mediar mensajes orales, escritos y multimodales en portugués.

Asimismo, la unidad curricular procura favorecer el reconocimiento y la interpretación de significados culturales, fortaleciendo la sensibilidad intercultural, la creatividad, el pensamiento crítico y la capacidad de actuación en escenarios regionales e internacionales, especialmente en el contexto de integración y circulación entre Uruguay y Brasil.

La enseñanza del portugués adquiere especial relevancia debido a la proximidad geográfica, histórica, cultural y comercial entre Uruguay y Brasil, así como al importante flujo turístico proveniente del país vecino. En este sentido, el dominio del idioma constituye una herramienta fundamental para la atención al público, la gestión de servicios turísticos, hoteleros y protocolares, y el fortalecimiento de las competencias profesionales requeridas en el sector turístico contemporáneo.

A través del aprendizaje del portugués, se pretende también contribuir a la formación integral del estudiante, potenciando herramientas comunicativas que favorezcan la inserción laboral, la gestión de vínculos interpersonales y la participación en espacios académicos y profesionales donde el portugués constituye una lengua de intercambio, integración regional y producción de conocimiento.

II) Logros de aprendizaje

Elabora y presenta propuestas turísticas adaptadas a diferentes perfiles de visitantes, considerando intereses, tiempos, presupuesto y características socioculturales, mediante la organización y comunicación de información vinculada a destinos, itinerarios, servicios y modalidades de turismo, para brindar experiencias turísticas pertinentes y de calidad.

Describe, compara y presenta distintos tipos de turismo, destinos y atractivos naturales, culturales, históricos y patrimoniales, utilizando recursos descriptivos, comparativos y vocabulario específico del área, para adecuar la comunicación a diversos contextos profesionales y necesidades de los visitantes.

Interactúa oralmente y por escrito en situaciones propias del ámbito turístico, comprendiendo y produciendo textos de mediana complejidad relacionados con servicios, alojamientos, itinerarios y promoción de destinos, para recomendar, justificar y sugerir opciones de viaje de manera clara, organizada y efectiva.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular y desglose analítico

Saberes Estructurantes	Saberes Asociados	Saberes de profundización
1- Destinos y modalidades turísticas	1.2-Tipos de turismo 1.2-Destinos turísticos	1.1.1- Caracterización del turismo social, rural, ecológico, cultural, de aventura, de negocios, de eventos y otras tipologías aportadas por el docente y/o los estudiantes. 1.1.2- Comparación entre modalidades turísticas considerando perfiles de turistas, objetivos del viaje, tipos de actividades, servicios ofrecidos, destinos, formas de alojamiento, impacto sociocultural y ambiental, costos y experiencias proporcionadas. 1.2.1- Descripción de ciudades, barrios y regiones turísticas. 1.2.2- Presentación de monumentos, edificios y espacios patrimoniales. 1.2.3- Producción de textos descriptivos y promocionales sobre destinos.
2- Perfiles de turistas	2.1- Caracterización y segmentación de los turistas 2.2- Atención personalizada	2.1.1- Identificación de perfiles de turistas según motivaciones, intereses, edades, niveles socioculturales y modalidades de viaje. 2.1.2- Recursos y herramientas para identificación de perfiles. 2.1.3- Análisis de preferencias, expectativas y demandas de los visitantes. 2.2.1- Relación entre perfiles de turistas y tipos de experiencias turísticas. 2.2.2- Adaptación de propuestas y discursos según características socioculturales y contextos de interacción.

3- Itinerarios turísticos	3.1- Elaboración y organización de itinerarios 3.2- Recomendaciones y sugerencias turísticas	3.1.1- Selección y secuenciación de atractivos turísticos según perfil del visitante. 3.1.2- Organización temporal y logística de actividades turísticas. 3.2.1-Elaboración, recomendación y justificación de itinerarios según intereses específicos de los visitantes.
----------------------------------	---	--

IV) Orientaciones pedagógicas

Orientaciones metodológicas específicas

Las clases se desarrollan prioritariamente en el idioma objetivo, de acuerdo con los principios del enfoque comunicativo, con el propósito de favorecer la inmersión lingüística del estudiantado y promover el uso significativo de la lengua en contextos vinculados al ámbito turístico. Esta modalidad posibilita una familiarización progresiva con la fonética, el léxico y las estructuras propias del idioma, al tiempo que fortalece la competencia comunicativa y expresiva en situaciones de interacción reales. No obstante, podrán contemplarse instancias puntuales de apoyo en lengua materna cuando resulte necesario para facilitar la comprensión de consignas o contenidos específicos.

Para el desarrollo de las propuestas de enseñanza se utilizarán materiales auténticos propios del sector turístico, tales como formularios, fichas de registro, folletos, señalética, audios, videos y textos digitales, favoreciendo el acercamiento a situaciones comunicativas reales y la transferencia de los aprendizajes al futuro desempeño profesional. Desde esta perspectiva, el abordaje metodológico se sustenta en el concepto de competencia comunicativa desarrollado por Canale y Swain, integrando aspectos gramaticales, sociolingüísticos y estratégicos que permitan al estudiantado comprender y producir mensajes adecuados a diferentes contextos de interacción. Esto implica el dominio progresivo de recursos léxicos, sintácticos, fonológicos y semánticos, así como el reconocimiento de normas socioculturales, registros y formas de organización del discurso propias del ámbito turístico.

Asimismo, se promoverá el desarrollo de la competencia expresiva, entendida como la capacidad de producir mensajes orales y escritos con creatividad, claridad y adecuación comunicativa, favoreciendo también el juicio crítico para interpretar, seleccionar y jerarquizar información relevante. En este sentido, se buscará que el estudiantado pueda reconocer, comprender y construir significados culturales a partir de discursos textuales y audiovisuales vinculados al turismo, fortaleciendo una mirada amplia e intercultural sobre los diferentes contextos de comunicación.

En coherencia con este enfoque, las propuestas metodológicas priorizarán actividades participativas, contextualizadas y orientadas a la acción, tales como simulaciones, dramatizaciones, análisis de situaciones problemáticas y producción de intercambios comunicativos propios del sector turístico, promoviendo la interacción constante y el uso funcional de la lengua en situaciones cercanas al ejercicio profesional.

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.

Siguiendo a Loch (2000), evaluar se concibe 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

Bagno, M., (2012), Gramática Pedagógica Do Português Brasileiro, Editora. Parábola

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.

Harumi, M., Andrade, S., Florissi, S., (2004), Bem Vindo A Lingua Portuguesa No Mundo Da Comunicacao,

<https://www.scribd.com/document/406832444/247796112-45840805-Bem-vindo-a-Lingua-Portuguesa-No-Mundo-Da-Comunicacao-Livro-do-aluno-pdf-pdf>

Nascente Barbosa, C., Oliveira do Espírito Santo, D., (2022), Brasil intercultural. Língua e cultura brasileira para estrangeiros. Manual do Professor Ciclo Básico - Níveis 1 e 2, Casa do Brasil. https://brasilintercultural.com.ar/files/ciclo_basico2_manual_docente.pdf

Nascente Barbosa, C., Schrágle, I., (2015), Brasil intercultural. Língua e cultura brasileira para estrangeiros. Ciclo Intermedio – Níveis 3 e 4, Casa do Brasil. <https://www.scribd.com/document/844934576/Brasil-Intercultural-Ciclo-Intermediario-Niveis-3-e-4>

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.

Recursos digitales y materiales auténticos

- Visit Brasil – Embratur: <https://visitbrasil.com/pt/>
- Ministério do Turismo do Brasil: <https://www.gov.br/turismo/pt-br>