

*Máster universitario en enseñanza de Español como Lengua Extranjera*

*Máster universitario en enseñanza de Español como Lengua Extranjera*  
CIESE-Comillas - UC

Año académico 2013/2014

# MICRORREVOLUCIÓN EN LA CLASE DE ELE: LA DESTREZA COMUNICATIVA ESCRITA DIGITAL A PARTIR DE TRES CUENTAS TURÍSTICAS OFICIALES EN TWITTER

Trabajo realizado por: CLAUDIA SÁNCHEZ GUILLAMÓN

Dirigido por: VIRGINIA GONZÁLEZ GARCÍA

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
1. EL DISCURSO DEL TURISMO .....	6
1.1. Español general vs. español con fines específicos.....	6
1.2. Español con fines específicos: español del turismo.....	7
2. EL ESPAÑOL DEL TURISMO EN INTERNET .....	10
2.1. Acerca de internet: algunas consideraciones pragmáticas.....	10
2.2. Breve apunte sobre el concepto de género.....	12
2.3. El concepto de cibergénero o género digital.....	13
2.3.1. El <i>microblogging</i> .....	13
2.4. El discurso del turismo en internet .....	15
3. LA RED SOCIAL TWITTER Y LOS PERFILES TURÍSTICOS INSTITUCIONALES .....	17
3.1. El tuit como producto textual.....	19
3.2. Twitter en la clase de ELE.....	20
4. LA ENSEÑANZA DE LAS DESTREZAS COMUNICATIVAS ESCRITAS EN EL ÁMBITO DIGITAL .....	22
4.1. La “construcción social de escribir” .....	22
4.2. Procesos y técnicas de composición .....	23
4.3. Estrategias cognitivas en relación con las destrezas comunicativas escritas digitales en la clase de ELE.....	25
5. METODOLOGÍA .....	28
5.1. Justificación .....	28
5.2. Funcionamiento, objetivos, definición metodológica e hipótesis.....	29
5.3. Análisis del corpus y estructura textual recurrente en las cuentas de Twitter turísticas oficiales .....	31
6. APLICACIÓN DIDÁCTICA .....	39
6.1. Justificación .....	39
6.2. Definición del grupo meta .....	41

6.3. Propuesta didáctica .....	43
7. CONCLUSIONES .....	52
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	54
9. ANEXOS .....	61
9.1. Corpus de tuits .....	61
9.2. Claves para la lectura de actividades .....	74

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, estamos siendo testigos de una revolución comunicativa trascendental: la expansión de la comunicación electrónica. Hoy día, la lectura y escritura asistida por ordenador forman parte de nuestro *modus operandi*. De tal modo, pese a contar tanto con seguidores como detractores, esta nueva escritura fija su mirada en renovados formatos electrónicos, sustituyendo casi en su totalidad a la escritura analógica. De meros escritores nos hemos convertido en usuarios de esta red llamada internet. La adhesión a este entramado virtual habla de cifras exponenciales, pues, como fuente de información inmediata y actualizada, ha pasado a ser considerada lugar de encuentro social y de entretenimiento en el cual uno muestra sus experiencias e intereses. Estamos ante una creciente y voraz evolución que escapa incluso a los propios profesionales de ámbitos tecnológicos, educativos y sociológicos dado que las transformaciones van aumentando a un ritmo mayor que su investigación.

La sociedad actual puede ser considerada como la sociedad de la información y el conocimiento. En la encrucijada que conforman los medios tradicionales y digitales, el ciudadano de hoy día está en continua relación con el aquí y ahora. Sin embargo, más que tratarse de contraposición, habría que hablar de complementación. En esta connivencia destaca la relevancia que adquiere el aprendiente en estos nuevos medios informativos puesto que, lejos de ser únicamente un sujeto informado, pasa a participar del hecho en sí como productor. Es aquí, por lo tanto, donde radica la creación y fijación de una serie de géneros digitales y tipos textuales que delimitan a su vez nuevas estrategias de relación. Ahora bien, no se han de olvidar los riesgos que esta segunda generación de internet comporta. Una participación activa está expuesta en todo momento a la fuerza viral que acompaña esta era digital a la hora de emitir juicios u opiniones categóricas, consejos ambiguos o recomendaciones de difícil interpretación.

El estado de la cuestión relativo a la escritura electrónica establece como principal objetivo identificar las cuestiones que giran en torno a la comunicación lingüística en este medio digital, en general, y al cibergénero denominado *microblog*, en particular, dentro de la ponderada web 2.0. Se aventuran, pues, cambios significativos en la cultura y las formas de pensamiento de las sociedades dado que de estas nuevas prácticas comunicativas surgen en correlato nuevos procesos cognitivos implicados en la lectura y la escritura.

En estrecha relación se encuentran determinadas formas lingüísticas asociadas a estas funciones comunicativas. De ahí que la selección y extracción de determinados exponentes pase a formar parte de nuestra necesidad de estudio puesto que se integran dentro del discurso de un lenguaje de especialidad; el turismo en internet. Por ello, desde un punto de vista lingüístico se han analizado y comentado aspectos relativos a la gramática, el léxico, la pragmática o la sintaxis con ánimo de conjugar la totalidad de rasgos recurrentes dentro de las diferentes disciplinas de la lengua.

Tal seguimiento ha sido posible gracias a la captura del formato seleccionado –el tuit– y la posterior formación de un corpus lingüístico, el cual recoge un número aproximado de doscientas muestras, procedentes a su vez de los distintos perfiles turísticos oficiales de las comunidades de Cantabria, Zaragoza y Sevilla. La lingüística de corpus, como disciplina en pleno avance, presta especial atención a aquellos aspectos cognitivos que desembocan en las variedades de lenguas insertas en contextos específicos. De este modo, el discurso del turismo en internet será estudiado en su variedad de uso y en interacción permanente con el medio digital. En él se observarán, por lo tanto, todas aquellas nuevas prácticas lingüísticas ligadas tanto a un plano gramatical como a aspectos cognitivos o de índole social (Cabré y Gómez de Enterría, 2006: 10).

Asimismo, una manera de acercarnos a nuestro objeto de estudio ha sido mediante la investigación que concierne al procesamiento cognitivo del discurso escrito. La “construcción de escribir” (Ferreiro, 2001), pese a ser un actividad primigenia, no está exenta de dificultades. Nos preguntamos por qué en una sociedad formada y marcada por la lectura y la escritura el aprendiente es incapaz de recibir y producir textos que más tarde lo guíen hacia una creación propia de calidad (Parodi, 2006: 39).

Esta reflexión ha hecho que a lo largo de todo nuestro trabajo hayan cobrado especial relevancia las destrezas comunicativas escritas en el ámbito del español como lengua extranjera, en general, y de una *lengua de especialidad* como el español del turismo, en particular. Desde esta perspectiva, este *lenguaje con fines específicos* se ha inmiscuido plenamente en nuevas prácticas escriturales a partir de la indagación en novedosos géneros textuales originales como el *microblog* y su consecuente tipo de texto.

De tal forma, este trabajo se estructura en seis capítulos y tres grandes bloques – bien interrelacionados entre sí–, que se presentan a continuación. En el primero de ellos, se da cuenta del fundamento teórico que abarca dicha investigación. Tras una primera

distinción de las particularidades que caracterizan el español general frente al español con fines específicos, se profundiza en el español del turismo como lengua propia de especialidad. Sin abandonar el ámbito turístico, se realizarán unas breves consideraciones acerca de la pragmática y el concepto de género, para finalizar este segundo apartado de la primera parte con la descripción del término cibergénero, la delimitación de una de sus emergentes formas –el *microblog*– y, por último, la compilación de rasgos que delimitan el discurso del turismo en internet.

En un tercer subapartado de la primera parte, a modo de pirámide invertida, se deslindarán las principales cuestiones relativas a la red social Twitter y su influjo en la gestión de los perfiles institucionales turísticos. Además, con la recurrencia a ciertos patrones lingüísticos, se facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje en el clase de ELE del producto textual de esta red social: el tuit.

Finalmente, se ahondará en la destreza comunicativa escrita en el ámbito digital. En este siglo XXI nos enfrentamos a una nueva prosa, a una revolución de la comprensión y la expresión escrita que implica frente al modelo analógico nuevos procesos de redacción y renovadas técnicas y estrategias de escritura.

A continuación, en un segundo bloque se establecen las pautas metodológicas necesarias para la investigación de este trabajo. Por ello, tras una primera justificación, se describe el funcionamiento, objetivos e hipótesis de esta metodología, a la par que se detalla pormenorizadamente la estructura textual que estos perfiles oficiales de turismo desarrollan.

En un último bloque, se plantea la intervención didáctica derivada de todo el marco teórico y metodológico. Tras una breve justificación y ubicación en el grupo meta a la que esta va dirigida, es posible acceder a una propuesta didáctica aplicada al aula de ELE.

En resumidas cuentas, durante estas líneas nos aproximaremos al discurso especializado y, por consiguiente, el acceso a este conocimiento girará en torno al gobierno de una competencia discursiva disciplinar que destaque los rasgos lingüísticos que estos textos tienen en su haber. Además, cabe destacar cómo, en las últimas décadas, con los adelantos digitales que aporta la denominada web 2.0, han surgido nuevos géneros y modelos textuales que, junto a la reaparición del estudio de la lingüística de corpus, dan pie a tal estudio dentro de la destreza comunicativa escrita desde nuevos procesos, técnicas y estrategias en nuestra clase de ELE.

## 1. EL DISCURSO DEL TURISMO

### 1.1. Español general vs. español con fines específicos

La enseñanza de *español con fines o propósitos específicos* ha cobrado especial protagonismo durante las últimas décadas frente al *español general*. Es en el primero donde las llamadas *lenguas de especialidad* han adquirido su razón de ser con objeto de transmitir conocimientos especializados para comunicarse en contextos específicos. De tal modo, son concebidas como propias de un ámbito concreto ya que “cada una de las *lenguas de especialidad* posee aspectos peculiares estrechamente relacionados con el grado de especialización y el nivel de uso que de ellas hacen los usuarios según sea la temática, los interlocutores, etc.” (Gómez de Enterría, 2009: 46). Por consiguiente, su desarrollo y fundamento está en relación con los avances que se van produciendo en las distintas profesiones; clave por la que la enseñanza y aprendizaje de *español con fines específicos* “tiene como propósito mejorar las capacidades de comprensión y expresión que se requieren para desenvolverse en un determinado campo de actividad profesional” (Aguirre, 2004: 1116).

Las etiquetas asignadas han sido diversas a la hora de deslindar el sintagma que agrupa el concepto de *lenguas de especialidad*. De entre todas las posibles definiciones (Lerat, 1997: 18; Alcaraz, 2000: 15-16; Schifko, 2001: 23; Aguirre, 2012: 40), Cabré y Gómez de Enterría (2006: 25) entienden esta expresión “como subconjuntos virtuales de recursos que se utilizan en una situación dada, cuando esta situación cumple las características propias de las situaciones especializadas, los recursos utilizados en ellas constituyen las lenguas de especialidad”. A esta definición se suman una variedad de denominaciones como *lenguajes especializados*, *lenguas especializadas*, *lenguajes de especialidad*, *lenguas para propósitos o fines específicos* o *lenguajes para propósitos o fines específicos*. La nomenclatura adquiere sentido una vez que la palabra *lenguaje* pasa a designar un “conjunto o sistema de recursos discursivos y gramaticales específicos que permiten distinguir sistemas distintos” (Cabré y Gómez de Enterría, 2006: 11); el adjetivo *especializado* destaca la complementación específica que lleva a cabo, procedente de otros sistemas; y el grupo *fines específicos* hace referencia plena a este sistema, pero desde una perspectiva centrada en factores temático-funcionales concretos, al tiempo que es enfocado casi en su totalidad a la enseñanza de segundas lenguas.

Dentro de esta categoría que son las *lenguas de especialidad*, en las últimas décadas, el español como lengua extranjera<sup>1</sup> está adquiriendo una divulgación y expansión sin parangón debido, en gran parte, al reclamo multilingüe, la interacción y concienciación intercultural, el papel emergente de las profesiones, los cambios económicos y metodológicos, la difusión de los medios de comunicación y la aparición y éxito de las nuevas tecnologías. Asimismo, ha aflorado la formación de profesores de ELE a través de congresos, jornadas, cursos de grado, postgrado y máster, en estrecha relación con el conocimiento que todo especialista exige a la hora de expresarse de manera precisa y adecuada.

Por otro lado, si previamente establecemos la distinción de estos términos bajo un eje horizontal o vertical –relacionado de manera respectiva con el componente temático-léxico o sociológico y pragmático–, el estudio de este panorama se centra eminentemente en una primera dimensión. Como apunta Calvi (2006: 11), se trata de

formación de léxico específico, sobre todo de tipo terminológico y nomenclador, cuyos elementos remiten a un solo referente y se caracterizan por su monosemia. [...]; además, la vocación universal de estos lenguajes favorece la adopción de términos internacionales, a menudo procedentes del inglés, que implantan [...] y penetran incluso en el lenguaje común.

Sin embargo, es en la dimensión vertical donde se gesta el verdadero sentido de estas *lenguas de especialidad* en tanto en cuanto hace posible la delimitación de una producción textual en relación a sus propiedades discursivas. Bajo un enfoque comunicativo, el lenguaje es instrumento entre “los miembros de cierta comunidad profesional, o entre esta y el público” (Calvi, 2006: 12) y es, por lo tanto, en estas prácticas comunicativas vivas y reales donde se aúnan dichos modelos bajo criterios discursivos, cognitivos y lingüísticos.

## **1.2. Español con fines específicos: español del turismo<sup>2</sup>**

Dónde, cuándo, cómo y por qué surgen las dificultades para adscribir el lenguaje del turismo en el marco de las *lenguas de especialidad* es una cuestión que ofrece un gran abanico de respuestas. La inserción del lenguaje del turismo dentro de un ámbito

---

<sup>1</sup> ELE a partir de este instante.

<sup>2</sup> Para la Organización Mundial del Turismo –OMT– se trata de un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales, así como la organización de los medios conducentes a facilitar estos desplazamientos” (<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>).



profesional ha generado *per se* una serie de clasificaciones que lo ubican desde en ámbitos más abstractos, periféricos o fronterizos hasta otros más consolidados, idiosincrásicos o internacionalizados. Tras las aportaciones de Calvi (2010: 11) se esconde el punto de partida para el estudio del español del turismo:

Los planteamientos basados en el concepto de género (*genre*) son los más adecuados para analizar las propiedades de los textos turísticos y su relación con el contexto sociocultural en el que son producidos, permitiendo así integrar la perspectiva lingüístico-formal con los enfoques pragmáticos, discursivos y sociocríticos.

Sin embargo, es esta *lengua de especialidad* la que encuentra barreras en su heterogeneidad. En ella se combinan, por un lado, elementos de diversas disciplinas como la geografía, la gastronomía, la artesanía, los espectáculos, la economía, la historia del arte e incluso los deportes; lo que obstaculiza en demasía cualquier intento de taxonomía rigurosa. Por otro lado, predomina un enfoque léxico –adecuado o no– como sesgo diferenciador frente al español general donde se confrontan los extranjerismos más internacionales con los patronalismos de mayor raigambre local.

Esta complejidad de factores hace que la composición temática del lenguaje del turismo esté abierta a las aportaciones más diversas, y que, en torno al núcleo terminológico, se disponga una amplia área de léxico periférico, en la que asumen especial relevancia los adjetivos calificativos y otras expresiones cargadas de valores connotativos. [...] A diferencia de otras especialidades, en la lengua del turismo no se da una progresiva divulgación de los contenidos teóricos en niveles de especialización cada vez menos densos, sino una combinación de múltiples actividades y disciplinas más o menos pertinentes (Calvi, 2006: 18-19).

Ahora bien, dichos indicadores no son motivos suficientes para considerar el español del turismo fuera de un ámbito profesional específico con unos rasgos lingüísticos propios que le proporcionen validez (Calvi, 2006: 7). De hecho, la inclusión de esta *lengua de especialidad* en los estudios de *fines específicos* está teniendo en los últimos años un ritmo y frecuencia casi vertiginosos desde un abordaje donde la primacía se concede no tanto al plano léxico sino a las situaciones comunicativas<sup>3</sup>. Esta nueva óptica da lugar a una nueva perspectiva, inserta dentro de una práctica social que analiza las convenciones y restricciones dadas por el marco genérico y la variación propia del contexto.

---

<sup>3</sup> Como señala Calvi (2010: 19) la comunidad de los expertos del viaje elabora un lenguaje original cuando se dirige al público, para atraerlo, informarlo y dirigir su mirada, ejerciendo un significativo impacto social.

Asimismo, se han de destacar las macrofunciones informativa y argumentativa predominantes en la comunicación turística. El uso de diferentes estrategias discursivas dará como resultado la creación de un espacio idóneo que implique por igual a emisor y destinatario en el producto turístico a través de exponentes lingüísticos concretos.

De tal manera, es en esa diversificación donde es posible ver reflejadas las diferentes opciones lingüísticas de la comunicación turística y la complejidad de sus manifestaciones textuales ya que es ahí donde se da la imagen de conjunto necesaria que le proporciona visibilidad plena. En definitiva, el lenguaje del turismo se ha de considerar una *lengua de especialidad* debido a la existencia y adhesión de unos géneros propios que demarcan unos objetivos comunicativos concretos y delimitan, a su vez, un léxico especializado uniforme según las áreas o actividades en las que se encuentre inmerso.

## 2. EL ESPAÑOL DEL TURISMO EN INTERNET

### 2.1. Acerca de internet: algunas consideraciones pragmáticas

[...] *es posible entrever una nueva metamorfosis, una nueva complicación de la misma noción de público, dado que las comunidades virtuales del ciberespacio ofrecen al debate colectivo un campo de experiencias más abierto, más participativo, más distribuido respecto al de los medios tradicionales*  
(Levy, 1997: 32)

Bajo un mirada de sesgo cognitivo y social<sup>4</sup>, la pragmática será definida como la disciplina que estudia y profundiza la intencionalidad y efectos que producen los distintos discursos mediáticos sobre los destinatarios mientras complementa, a su vez, el componente semiótico de los mismos. De ahí que muchos de los procesos de pensamiento y tareas mentales –cuestiones cognitivas todas ellas– guarden plena relación con el impacto que la tecnología ha tenido en la mente humana.

De igual manera, el estudio de las principales características de la comunicación en internet está ligado a las múltiples estrategias de compensación textual que este medio proporciona. Estamos ante un nuevo escenario en el que “la comunicación es un bien común de la humanidad” donde “solo varía la forma de llevarla a cabo y los medios que el hombre ha ideado para conseguirla, superando, en el caso de Internet, las limitaciones geográficas” (Yus, 2001: 11). El surgimiento de la segunda generación en la red, la denominada Web 2.0 (O’ Reilly, 2006; Yus, 2010; Mancera y Pano, 2013), ha aportado al ser humano nuevas estrategias que le permiten romper con los obstáculos físicos surgidos *in praesentia*. Es, por lo tanto, en el ámbito pragmático donde tienen cabida estos nuevos modelos de comunicación y sus consecuentes prácticas sociales, aunque sea todavía demasiado pronto o no se tenga total certeza para dilucidar las consecuencias y modificaciones que estos pueden producir. En este sentido, aquello que impera con fuerza en la segunda década del siglo XXI como principal característica de esta generación 2.0 es el intercambio de conocimiento. He aquí la nueva y voraz manera de comunicarse, aprender y entretenerse.

Son formas de comunicación con un gran hincapié en su cualidad social, ya que los contenidos se generan por y para otros usuarios, con un claro énfasis en la interactividad y en la mutualidad de contenidos compartidos y que, a menudo, son englobados bajo el rótulo genérico de Web 2.0 (Yus, 2010: 118).

---

<sup>4</sup> Para mayor interés en esta temática concreta, se recomienda Sperber y Wilson (1986 [1995]).

Por consiguiente, las características tanto sociales como tecnológicas de este medio comunicativo aportan mayor espontaneidad y, por qué no, informalidad al discurso turístico, a la vez que permiten una interacción horizontal en una dimensión de presente (Mancera y Pano, 2013: 17).

Además, a través del supuesto refuerzo de los miembros de la comunidad virtual se da el intento conjunto de alcanzar la armonía y satisfacción necesarias, fruto de una igualitaria participación dentro de la colectividad (Yus, 2010:37). Las cualidades sociales de estos discursos creados en internet pueden aportar un beneficio que compensa, de algún modo, el esfuerzo que exige producirlos e interpretarlos. En consecuencia, la autoridad en estos grupos virtuales se encuentra descentrada y el contenido aportado por los internautas se convierte en producto aprovechable. Existe, así, una “intención declarada de compartir datos adoptando una actitud 2.0” (Mancera y Pano, 2013: 19).

Este conjunto de particularidades de la comunicación que la red emana merced a sus posibilidades interactivas, gregarias y “rizomáticas” (Levy, 1997) responde al nombre de *Ciberpragmática*. Estamos ante un nuevo fenómeno comunicativo sobre el que se intenta arrojar luz, el cual ofrece un nuevo tratamiento de la información en el ámbito digital, a la par que suscita el interés sobre “cómo los usuarios recurren a la información contextual [...] para rellenar ese vacío que existe entre lo que los usuarios teclean y lo que realmente desean comunicar con sus mensajes” (Yus, 2010: 31).

En lo que concierne a los aspectos discursivos de esta nueva y dinámica práctica, se observa como foco de análisis la estructura hipertextual, por un lado, y la “intertextual explícita” (Cassany, 2004b: 4), por otro lado. Este primer rasgo lingüístico es aquel que mantiene enlaces con otros vínculos. De manera concatenada e independiente, los textos son conectados entre sí mientras ofrecen diversas posibilidades de lectura según la utilización dada a los vínculos mencionados. En segunda instancia, la intertextualidad explícita es delimitada como la citación, referencia<sup>5</sup> o interrelación entre textos llevada a cabo de manera inédita hasta el momento, esto es, de una organización interna entre vínculos –hipertextualidad– se saltaría a los enlaces externos entre discursos diferentes.

Por ende, con etiquetas como *versatilidad*, *actualización*, *inmediatez*, *significatividad*, *inclusión* e *interconexión* son descritas este tipo de estructuras hiper e intertextuales. Disponemos, por lo tanto, de una nueva diligencia discursiva la cual,

---

<sup>5</sup> Para las principales diferencias en relación a las citas y las referencias bibliográficas tradicionales véase Cassany, 2004b: 5.

ligada a renovados intercambios comunicativos y nuevas maneras de relación social, es activada por los usuarios de este siglo.

## **2.2. Breve apunte sobre el concepto de género**

Dentro de las diversas modalidades de representación de la realidad y sus convenciones, el desarrollo del concepto de género dio un paso más allá con las aportaciones de Bajtin (1978 [1979, 1982, 1992]) al postular una visión unitaria de las prácticas discursivas y una conciencia del papel del lenguaje en la creación de la realidad social.

Tras los estudios bajtinianos, han sido numerosísimas las aportaciones realizadas al campo<sup>6</sup>. De especial interés, resulta la definición de Daniel Cassany (2004a: 42-43), centrada en el marco de la enseñanza de español para fines específicos.

Entendemos el género discursivo (o género específico) como una unidad de comunicación que se ha desarrollado socio-históricamente en el seno de una actividad laboral específica y propone un modelo de análisis que incluye tanto características léxico-gramaticales y discursivas como pragmáticas.

Por su parte, González (2012: 15) realiza la siguiente aportación, con referencia explícita al español del turismo:

Las propuestas más recientes surgen vinculadas al estudio de las lenguas para fines específicos y, en este sentido, convienen especialmente para un acercamiento al lenguaje del turismo. En este enfoque, se suele ligar el estudio de géneros al contexto para afrontarlo desde una perspectiva multimodal que tiene en cuenta diversos factores, como su explotación en variadas situaciones que pueden ir de lo social a lo profesional.

De tal suerte, dentro de esta multimodalidad su identificación generará en el receptor una serie de expectativas que, de manera inferencial, lo guiarán ante la producción de textos coherentes, ilimitados e individuales.

A este respecto, se presupone la asunción de unos patrones textuales a modo de esquemas mentales en el individuo, los cuales se regulan a partir de unas convenciones previamente aceptadas por sus emisores y sus receptores; productores ambos a la vez. Como destaca Calvi (2010: 20), más que un enfoque multinivel

es aconsejable una clasificación multidimensional, abierta y dinámica, en la que tengan cabida las posibles ramificaciones, intersecciones y modalidades combinatorias entre géneros distintos, y que se fundamenten tanto en los aspectos formales como en los funcionales y sociodiscursivos.

---

<sup>6</sup> Bhatia (1993, 2002); Swales (1990, 2004); Adam (2001); Loureda Lamas (2003).

### **2.3. El concepto de cibergénero o género digital**

Aisladas las dicotomías que enfrentan el papel frente a lo digital, la cuestión que aquí nos ocupa es la forma y el rigor que adquieren estos nuevos contenidos a la hora de ser clasificados dentro de un incipiente género y su consecuente tipo de texto.

Por ello, tras la revisión del concepto de género, conviene realizar el análisis particular del término cibergénero puesto que, a día de hoy, este adquiere una mayor relevancia en el discurso del turismo. Para Calvi (2010: 14),

entre los elementos perturbadores de mayor alcance en la actualidad, sobresalen la irrupción de Internet y la multimodalidad. Estos han trastocado los esquemas tradicionales, creando nuevos géneros y modificando los existentes. Entre todos ellos la insistencia en los aspectos promocionales, entre otros rasgos, se ha infiltrado incluso en los discursos de mayor neutralidad emotiva.

De esta manera, en un intento de esclarecer los elementos novedosos y en boga que configuran los géneros digitales (Calvi, 2010: 21-22), se ha de tener en cuenta la gradual adhesión de los géneros tradicionales, la creación de géneros digitales en sí y la gran posibilidad de hibridismo que circula por la red –fruto esta de su continua expansión–, junto con el ámbito específico del discurso del turismo que nos ocupa y los rasgos propios de la red internet.

#### **2.3.1. El *microblogging***

Consideramos el *microblog* un cibergénero emergente<sup>7</sup>, es decir, caracterizado por el medio digital y la funcionalidad. En otras palabras, estamos ante un género propio de la era de internet al que se le presupone “la consciencia de un esquema mental incorporado en el usuario” (Yus, 2010: 126-127), que conlleva la interiorización de una serie de elementos inamovibles.

En este sentido, su aparición se ha señalado como una de las formas de interacción más novedosas en la red, junto con el valor añadido de estar orientado en la mayoría de ocasiones hacia las redes sociales. De tal modo, será identificado como “un fenómeno comunicativo de la Red que consiste en escribir textos breves actualizados, normalmente menos de 200 caracteres [...] y mandarlos a una lista de amigos o conocidos mediante un SMS de teléfono móvil, mensajería instantánea, correo electrónico, o una página web” (Yus, 2010: 157).

---

<sup>7</sup> Esta denominación pertenece a la clasificación llevada a cabo por Shepherd y Watters (1998).

Además, este género digital, en una especie de diario personal con limitación de caracteres sobre un tema o acontecimiento, si bien no espera ser contestado, sí está expuesto a la aportación o retroalimentación de nuevos mensajes por parte de sus usuarios. Para López García (2005: 135-136) este género se caracteriza por la preponderancia del autor, la disposición cronológica de los contenidos, la importancia de los enlaces –ya que recomiendan otros contenidos a los lectores– y la facilidad para publicar contenidos.

En lo que concierne a la estructura del *microblog*, su delimitación es difícil dado que toma prestadas características de géneros precedentes como los blogs y elementos propios de redes sociales como Facebook, Twitter o LinkedIn. De esta manera, se obtiene un tipo de mensajería simétrica y horizontal pues facilita que variadas funciones alcancen un diverso desenlace en lo que a motivaciones se refiere; para los usuarios del *microblog*, a mayor satisfacción y beneficio, mayor gratitud y frecuencia de uso.

Asimismo, el desarrollo de este género en el ámbito del español del turismo sufre una suerte de hibridismo entre lo institucional, lo comercial y lo informal<sup>8</sup>. El estilo discursivo intenta cumplir con una línea promocional donde entre las estrategias persuasivas se encuentren, por un lado, las apelaciones a un interlocutor al que no se pretende dar órdenes directas ni consejos útiles, sino más bien una invitación –con mayor o menos agudeza– y, por otro, las que invitan a conocer el destino que se promociona y su interacción con el medio digital mediante el mismo modelo de género. Como señalan Mancera y Pano (2013: 29) “la red de *microblogging* está pensada para generar opinión, promover la conversación y, en algunos casos, llamar a la acción”.

De ahí el empleo de diversos elementos lingüísticos destacables en la producción de *microblogs*:

- Por un lado, en el nivel léxico se da el uso de anglicismos con una clara función apelativa del lenguaje, a la vez que aportan cohesión entre los usuarios en el nivel internacional y sugieren una línea de modernidad.
- Por otro lado, en el nivel gramatical predomina el denominado plural de implicación<sup>9</sup>, que hace partícipe al usuario frente a la individualidad del «yo».

---

<sup>8</sup> Véase Calvi, 2010: 22-23.

<sup>9</sup> Así es definido por el CVC : “al preguntar de cualquiera de estas maneras, quien hace así la pregunta no se limita a interesarse por la situación de la persona a quien así se le dirige, sino que muestra un interés tan especial que hasta se hace partícipe de su estado de ánimo y de sus preocupaciones por su salud o por su descanso” ( en [http://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca/fraseologica/n1\\_cantera/gramatica\\_04.htm](http://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca/fraseologica/n1_cantera/gramatica_04.htm)).

▪ En tercer lugar, siguiendo la definición que el *Diccionario de términos clave de ELE* (Martín Peris, 2008) realiza de comunicación interaccional, como aquella que se desarrolla “por dos o más participantes que se influyen mutuamente”, en este género digital se genera una comunicación transaccional ya que, además de “mantener una relación social”, esta se orienta “hacia el intercambio de ideas”.

En resumidas cuentas, la red aporta *per se* a este género original emergente una funcionalidad que le es propia. A esto, se van añadiendo rasgos inherentes como la hipertextualidad donde se permite la recuperación de información por parte del usuario a partir de una lectura lineal o fragmentada.

#### **2.4. El discurso del turismo en internet**

*Un análisis del discurso en la Red y, en concreto, en la Web 2.0, no puede plantearse de modo ahistórico, es decir, sin tener en cuenta “la evolución sociotecnológica de la comunicación digital”*

(Androustopoulos, 2011: 281)

La irrupción del discurso del turismo a través de internet es un elemento clave en el desarrollo del lenguaje turístico. Con su llegada, se han ampliado horizontes a raíz de los numerosos textos turísticos que pueden encontrarse en la red y su desembocadura en la creación de nuevos géneros, en este caso, digitales.

De la denominada Web 2.0 se ha hecho eco el ámbito turístico. De ahí, la expansión en los últimos años de géneros de diversa índole adscritos a esta especialidad que, además de encontrar el medio idóneo para su transmisión, “describen a una segunda generación de contenidos web creados por los propios usuarios<sup>10</sup> de Internet” (Monsoriu, 2010: 156). Estos pasan a ser la figura clave de este entramado, quienes como motor aportan un valor añadido al funcionamiento de estos nuevos moldes comunicativos. Tal y como apuntan Mancera y Pano (2013: 17), las nuevas tecnologías traen consigo un nuevo cambio cultural que redefine la posición del individuo en la red de relaciones de la que forma parte.

Por otro lado, diversas han sido también las categorizaciones a la hora de realizar un estudio sistemático de los géneros utilizados en el sector turístico. María Vittoria Calvi (2010) establece una suerte de clasificación jerarquizada, donde la gran variedad de géneros insertos en el ámbito del turismo –en la mayoría de ocasiones con carácter

---

<sup>10</sup> Estamos ante el concepto de ‘prosumidor’. Fue el estadounidense Alvin Toffler quien acuñó el vocablo derivado del acrónimo que genera *productor* y *consumidor*. Más allá de este término, hoy día, ha surgido el concepto ‘adprosumidor’, al que se añade ‘ad’(anuncio), pues, se trata del nuevo cliente de la Web 2.0 capaz de recomendar, producir y consumir, sin un aparente interés mercantil.



híbrido– quedan recogidos y/o compilados. La autora hace mención a la aparición de nuevos géneros digitales y pone de manifiesto cómo, en este caso, “los usuarios se convierten en expertos de la comunicación turística, creando nuevos paradigmas comunicativos que podrían trastocar los esquemas tradicionales” (Calvi, 2010: 9). En un segundo acercamiento, González (2012) con una renovada clasificación lleva a cabo una aproximación cualitativa de los géneros del turismo en internet con especial atención a los llamados cibergéneros.

En suma, a partir de este nuevo halo de digitalización surgen, en relación con el discurso turístico en internet, conceptos como turismo 2.0 o turismo digital. Es en este novedoso banco de datos, por lo tanto, donde se imbrican los sectores turísticos con sus servicios web y donde se genera una retroalimentación de información entre sus usuarios.

### 3. LA RED SOCIAL TWITTER Y LOS PERFILES TURÍSTICOS INSTITUCIONALES

Dentro del estudio de las redes sociales –en concreto, Twitter–, tiene cabida el devenir del discurso turístico en internet y, por consiguiente, la utilización, empleo y desarrollo por parte de sus usuarios de la destreza comunicativa escrita a partir del esquema mental de un género digital como es el *microblog*.

Resulta compleja la ubicación de este medio 2.0, pues constituye una herramienta de “innovación discontinua” (Parmelee y Bichard, 2012: 143) y, a su vez, compendia novedosos elementos digitales que abogan por la síntesis comunicativa –sus mensajes no superan los 140 caracteres- junto con unas incipientes pretensiones de red social (Yus, 2010: 14).

En ella es donde el fenómeno en expansión del *microblogging* se reproduce de manera más exponencial. En los últimos años, Twitter se ha convertido en una herramienta necesaria para sus usuarios como plataforma que “presenta unos códigos y unas funciones comunicativas específicas para «decir más con menos»” (Mancera y Pano, 2013: 9). Si, además, a esto añadimos las características de versatilidad, inmediatez y actualización inherentes a este servicio<sup>11</sup>, la mensajería instantánea que este medio ofrece al usuario no habría sido desarrollada hasta el momento. Se podría definir esta situación como *Twitter factor*, esto es, el auditorio digital que es esta red social transfigura a su público en sujeto activo ya que no solo se limita a la recepción de contenido, sino que produce, (re)interpreta, participa, distribuye y aconseja dentro del contexto en el que se encuentre inmerso. Estamos ante el advenimiento de un conversación viva, directa y real, inserta dentro de una “comunidad informativa, de modo que es necesario definir nuevas estrategias de relación con ella” (Mancera y Pano, 2013: 9).

El creador de Twitter, Jack Dorsey, pese a la breve historia que avala a su empresa, es vivo testigo de su desarrollo tecnológico y su impacto en los medios de comunicación. En cuanto a este segundo aspecto, destaca sobremanera como “principal ventaja [...] su capacidad de comunicar sucesos de forma inmediata y viral” (Mancera y Pano, 2013: 34). Esta última calificación (Monsoriu, 2010: 87; Mancera y Pano, 2013: 50), proveniente de la mercadotecnia, es definida como la fuerza o poder de divulgación

---

<sup>11</sup> Recordemos que entre los lemas de la empresa se encuentra el ser una herramienta capaz de informar en tiempo real. En su página de inicio lo primero que se observa es la pregunta “¿Qué está pasando?”.

a través de sistemas digitales –principalmente redes sociales– que dejan atrás el tradicional “boca-oreja” (Parmelee y Bichard, 2012: 71-72).

Respecto al discurso del turismo en Twitter, son numerosas las cuentas de organismos oficiales e instituciones públicas que se pueden visitar en esta plataforma. Con propósitos más persuasivos y comerciales, detrás de estos perfiles se encuentra soterrada una “publicidad turística” (Moreno y Tuts, 2004: 1192), sobre la cual es posible “modificar una conducta, crear nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto” (Capdevila, 2010: 11).

La facilidad de uso del formato para publicar contenidos diversos de manera inmediata, junto con la posibilidad de interacción –con el organismo oficial en cuestión o con otros usuarios–, ha favorecido la aparición de numerosos “*Twitter*s oficiales” en el ámbito turístico. Estas instituciones se dedican mayoritariamente a informar y promocionar los principales intereses turísticos de su región, provincia o comunidad. Se configura, por lo tanto, un rico caudal de textos a los que se puede acceder con la intención de estudiar lo específico del discurso promocional del turismo.

Este género tiene carácter profesional, marcadamente publicitario, pero se permite innovaciones en el lenguaje que tienden a usos familiares y coloquiales, de nuevo condicionados por su inserción en unas plataformas que surgen con un objetivo informal de comunicación entre pares, cuyas características se basan en la aportación continua de información y la limitación de espacio para el texto. Se hace uso de este medio de naturaleza más informal en la comunicación entre expertos o agentes del turismo y el público en general, aprovechando hábilmente la posibilidad de cercanía que proporciona y transformando los usos lingüísticos habituales en la promoción turística (González, 2012: 35).

De tal modo, se sigue la premisa que define dicha red social como fuente de información de muchos a muchos. En la gestión de las páginas institucionales a través de Twitter predominará una macrofunción argumentativa, donde el objetivo comercial (re)orientará a usuarios que ya hayan tenido algún contacto con el producto buscado, es decir, se creará una alusión permanente hacia el destino turístico a través de la red. El mensaje será, en consecuencia, de tipo publicitario ya que se invitará o aconsejará al usuario a la elección de cierto destino. Es la funcionalidad que rige el medio digital la que aporta versatilidad, hipertextualidad, hipervínculos, carácter multimedia, actualización e interacción a la información; pues, se activan en el ámbito digital esta especie de mecanismos persuasivos que son acompañados de elementos indexados como vídeos, imágenes, url, etc.

No obstante, este medio digital deja entrever otros usos como son el compartir intereses u opiniones y el contacto con otros usuarios del perfil institucional (Mancera y Pano, 2013: 41).

En definitiva, esta plataforma trae consigo una multiplicidad de características intrínsecas al cibergénero al que se adscribe. Estas habrán de ser combinadas con el objetivo marcado de rastreo de los principales organismos públicos que emplean el citado medio social, quienes a su vez desean conciliar la fijación y expansión de una imagen turística bajo un soterrado propósito publicitario. He aquí la clave de su éxito, no centrado tanto en las nuevas tecnologías, sino en el empleo por parte de instituciones y ciudadanos de dichas herramientas digitales.

### **3.1. El tuit como producto textual**

La indagación en el tuit nos sitúa ante un “modelo intuitivo aglutinador” (Loureda, 2003: 37) que abarca todas las características exigidas para la creación de textos de una misma naturaleza. Se trata de la idea de “esquema mental” o “modelo de contexto” (van Dijk, 1999a, 1999b, 2001) frente a la de tipo y género del texto (van Dijk, 1980)<sup>12</sup>. Se propugna la idea (Parodi, 2006: 40) de que

el modelo de contexto es de carácter socio-cognitivo y dice relación con la conexión entre las estructuras de las situaciones sociales y los modos en que los participantes de un evento social comunicativo representan mentalmente esas situaciones, es decir, no se debe entender que la situación socio-comunicativa es la que influye directamente en las estructuras discursivas, sino la representación mental que cada participante (comprendedor/productor) construye a propósito del contexto comunicativo pragmático en que se encuentra inmerso cada texto [...] como una red de acciones íntimamente ligadas.

Tras esta apreciación, queda sujeto este «patrón mental» a los sistemas mnemotécnicos de las personas y a toda nebulosa que conexione con la mente humana. Así, es posible delimitar un tipo de texto como el tuit, predominante en el cibergénero *microblog* e inserto a su vez en el medio paradigmático Twitter.

Dentro de un ámbito centrado en el discurso turístico como “instrumento para la comunicación profesional” (Calvi, 2006: 20), a través del tuit, todo usuario se verá orientado a una comunicación transaccional que pretenda la rapidez y eficacia del mensaje para su interlocutor. Este tipo de intercambio comunicativo es a su vez dialógico y, por ende, interaccional entre el organismo oficial y el usuario experto o

---

<sup>12</sup> Ampliada más tarde por Adam, 1992 y Ciapuscio, 1994, 2003.

anónimo de Twitter; dando ambos respuesta al mantenimiento de una relación social sostenida en y por la red. Otro aspecto que identifica a ese «pajarito azul» es su tendencia a la síntesis aunque, por otro lado, la propia red social aconseje a sus usuarios la utilización de un lenguaje claro, conciso y correcto –en lo que a ortografía se refiere-. Además, al tratarse de una comunicación que despunta por la síntesis demarcada, se incita al empleo de etiquetas explícitas que delimitan el tema del mensaje –los denominados *hashtag*– y el empleo de enlaces o url acortadas que remiten a información añadida.

Por último, cabe señalar un posible interés central que reside en la lectura de estos mensajes desde una “conciencia ambiental” (Thompson, 2008), esto es, a partir de una cognición que hace pertenecer y sentirse parte integrante de un grupo en modo positivo. Las fuentes de satisfacción podrán, pues, ser múltiples y dispares según las interacciones e interpretaciones de los mensajes dado que el permanente estado en línea, propicia dicha adhesión a la comunidad mientras refuerza esa proximidad en lo virtual (Yus, 2010: 161).

En definitiva, adoptar una postura 2.0 implica no solo la emisión, producción y recepción de un tipo de texto como es el tuit, caracterizado por su brevedad y su rapidez en la lectura y escritura, sino por la serie de estrategias conversacionales que conlleva, así como por las opciones que proporciona en tanto en cuanto abre las puertas a noveles usuarios que pueden «colgar» y comunicar sus opiniones sin filtros o intermediaciones.

### **3.2. Twitter en la clase de ELE**

Twitter es capaz de adentrarse en el aula y dejar atrás ciertos parámetros obsoletos de actividades de enseñanza-aprendizaje. Asimismo, esta red social sobresale como recurso de interconexión entre la realidad del profesor y el alumno a través de una herramienta común (Hernández, 2012: 72).

Las TIC, entendidas como herramienta alternativa y complementaria, generan en el aprendiente de una lengua extranjera numerosos recursos de aprendizaje (Ramos, 2007: 67). A día de hoy, estos recursos resultan más que conocidos pues se accede a ellos tanto dentro como fuera del aula, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. En este sentido, una plataforma como Twitter pasa a ser una opción idónea para la consecución y puesta en escena de nuevas intervenciones didácticas. Bajo un análisis de necesidades previo para la construcción de un adecuado entorno de aprendizaje, esta

plataforma puede ser empleada como poderoso apoyo en el ámbito educacional y pasar a formar parte de una nueva concepción generacional 2.0.

De esta suerte, en pos de modelos de fijación y almacenamiento, estaríamos ante la visualización, escucha, recuperación y creación de información con tan solo navegar por ella (Díaz Noci, 2000: 1). La incorporación de esta herramienta en el aula de ELE trae consigo, de manera motivadora, recurrente y productiva, elementos teóricos y prácticos a la par que cimienta la construcción de entornos personales de aprendizaje. Fornara (2010) destaca tres elementos que se han de tener en cuenta en relación con Twitter y la enseñanza de lenguas:

- a) Es una herramienta utilizada por el aprendiente en situaciones asociadas al empleo de su lengua materna. “Esta variedad, enfocada a la producción escrita, frecuentemente contiene rasgos de oralidad” (Herring, 2012: 6).
- b) Adscribe al aprendiente en una comunidad lingüística virtual real.
- c) Inmiscuye al docente en la realidad digital de la que tanto él como el aprendiente forman parte.

Debemos derrochar imaginación, debemos inventar. Hay que adoptar los materiales a la “lengua” [...] la enseñanza que debe impartirse tendría que apostar por formatos de ocio para que pueda ser útil en otros contenidos. Así, la mayoría de los estudiantes se familiarizaría con esta nueva “lengua” (Prensky, 2010: 9).

En definitiva, Twitter mejora el aprendizaje de la destreza comunicativa escrita en la clase de ELE ya que:

- gracias a la brevedad y por formar parte de su vida cotidiana en la mayoría de los casos no existe un bloqueo a la hora de redactar textos.
- se favorece y mejora mediante la motivación con el estudio inductivo de exponentes lingüísticos concretos.
- se crea y fomenta una mayor conciencia de comunidad o grupo.

## 4. LA ENSEÑANZA DE LAS DESTREZAS COMUNICATIVAS ESCRITAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

*No hay una manera «esencial» o «natural» de leer y escribir, [...] los significados y las prácticas letradas son el producto de la cultura, la historia y los discursos (Virginia Zavala, 2002: 17)*

### 4.1. La “construcción social de escribir”<sup>13</sup>

En los últimos tiempos, el enfoque del español con fines específicos, en general, y del español del turismo, en particular, es tendente al desplazamiento hacia aspectos formales de sesgo comunicativo y pragmático con foco en la destreza escrita. Además, con el nacimiento de nuevos géneros digitales, nuevas estructuras como el hipertexto, nuevos registros y nuevas formas lingüísticas encontramos nuevas prácticas comunicativas y socioculturales que constituyen nuevos avances en los niveles de alfabetización (Jiménez y Vela, 2005: 621).

Por ello, estas innovaciones abarcan los procesos socio-cognitivos de cada uno de los usuarios de la red de su medio vital de expresión y sus formas de pensamiento. Se trata, por lo tanto, de una nueva dimensión de alfabetización puesto que si la escritura evoluciona al compás de los cambios en la sociedad (Cassany, 2006: 9), todo cambio en las tecnologías de la escritura es reflejo de renovadas prácticas sociales y estrategias textuales de escritura (Jiménez y Vela, 2005: 622).

A propósito de esta práctica escrita en el ámbito educativo, se ha producido a menudo una confusión terminológica<sup>14</sup>entre metodología y tecnología (Cassany, 2012: 40). Para distintos autores (García Parejo, 1999: 24; Nunan, 2002: 36-37) existen dos enfoques clave a la hora de entender la escritura en la clase de ELE, ya sea centrada sobre el producto o sobre el proceso. Mientras este primero da primacía al resultado final, el segundo está basado en los diferentes pasos conducentes a dicho producto. De tal modo, en un enfoque procesual, el sujeto escritor obtiene a partir de operaciones cognitivas como generar ideas, hacer esquemas, reformular, etc., la realización y éxito del texto final.

Bajo esta concepción de la expresión escrita como proceso y producto textual, el aprendizaje de la escritura consistirá en la práctica eficiente y efectiva, la cual no dé especial relevancia a aspectos relacionados con la corrección ortográfica y gramatical,

---

<sup>13</sup> Leer y escribir son construcciones sociales. Cada época y cada circunstancia histórica dan nuevos sentidos a esos verbos (Ferreiro, 2001: 13)

<sup>14</sup> Para la especificidad de dicha práctica en las diferentes etapas, métodos o enfoques de enseñanza de segundas lenguas, remítase a Howatt, 1984; Sánchez, 1992, 1997, 2009; Richard y Rogers, 2003.

pero sí integre el resto de destrezas de la lengua en el acto que implica escribir. Este cambio de paradigma da un paso desde la enseñanza tradicional y sus “contenidos de herencia” (Prensky, 2010: 8) a elementos propios de la modernidad o de “futuro”.

Internet, correo electrónico, páginas web... están introduciendo cambios profundos y acelerados en la manera de comunicarnos y de recibir información. Y eso es fascinante para cualquier estudioso de la lengua y de los cambios lingüísticos. Pero esos instrumentos no son "democráticos" por sí mismos [...]. Exigen, en cambio, capacidades de uso de la lengua escrita más flexibles que las que estábamos acostumbrados a aceptar (Ferreiro, 2001: 5).

Por otra parte, esta perspectiva que considera el texto como proceso se encuentra acorde con la visión de la expresión escrita adoptada por el Consejo de Europa en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (2002: 64-66). “De acuerdo con el enfoque adoptado, orientado a la acción, se parte de la base de que el alumno o estudiante va a convertirse en usuario de la lengua” (MCERL, 2002: 46). El dominio de las destrezas escritas consistirá, en consecuencia, en el uso de textos como actividades comunicativas dependiendo de sus prácticas sociales. El aprendizaje de una lengua extranjera es saber usar los textos como los hablantes nativos de esta los emplean en ámbitos sociales y profesionales específicos. En el proceso de enseñanza-aprendizaje de una *lengua de especialidad*, en este caso concreto, del discurso del turismo, se ha de proporcionar al aprendiente el metalenguaje propio de la actividad profesional y la serie de exponentes lingüísticos que lo ubican dentro de un enfoque lingüístico textual (López Ferrero, 2002). Alcanzar un nivel de logro competente requerirá, en definitiva, el conocimiento, sentido y función que estas prácticas de escritura tengan en cada contexto sociocultural.

#### **4.2. Procesos y técnicas de composición**

El siguiente paso es profundizar en qué actividades mentales realizan los escritores para la práctica de la expresión escrita y las estrategias de las que se valen para ello, sin obviar cómo estas prácticas letradas han sufrido una casi total migración al ámbito digital y responden a nuevos modos de interacción y relación social (Cassany, 2012: 16).

Dentro del proceso que implica la actividad de escribir, en el aula de ELE se emplea la escritura como medio de aprendizaje. De esta suerte, un proceso de composición escrita conlleva una praxis social y cognitiva compleja desde su inicio



hasta su finalización. A partir de las aportaciones de Flower y Hayes (1981), la identificación de estas tareas intelectuales se divide en tres fases básicas que, a su vez, constan de otros subprocesos correspondientes: la planificación, la textualización y la revisión<sup>15</sup> (Flower, 1994: 53; Hayes, 1996: 4-25; Cassany, 1999: 11, 2004c: 925, García Paredes, 1999: 34).

- la «planificación» consistirá en análisis de la situación, la obtención de ideas y la elaboración de un proyecto o boceto.
- la «textualización» será el proceso de referenciación, secuenciación y estructuración de ideas.
- la «revisión» planteará la corrección y evaluación de la parte escrita.

Cabe matizar que dicha delimitación no condiciona una linealidad en su ejecución, sino más bien todo lo contrario, ya que estos procesos son en todo momento recursivos y su funcionamiento gira en torno a un eje circular permanente entre los distintos ejercicios de producción (Cassany, 2004c: 924). De tal forma, se crea un entorno que posibilita la repetición y variación en la redacción de textos a la par que se recompensa el progreso del trabajo llevado a cabo durante todo el proceso (Buyse, 2009: 92). Asimismo, todo redactor de textos escritos habrá de dominar elementos tanto gramaticales como discursivos para su adecuada, coherente, cohesiva, correcta y variada producción (Cassany, 2004c: 920).

Por último, se ha de atender a una serie de presuposiciones erróneas en relación con la expresión escrita en el aula de ELE (Guasch, 1995: 19-20, Cassany, 2004c: 932-933):

- la producción escrita no es un proceso necesariamente aislado pues su práctica de manera cooperativa es aprovechable dentro del aula. La escritura, por lo tanto, no se basa únicamente en la creación final de un texto sino que incluye su planificación y revisión de manera ya individual o colectiva.
- la concepción de aislamiento suele abarcar la separación de destrezas, mas en la práctica escrita la imbricación de esta con el resto se concibe de igual manera, dado que se trabajan todas las habilidades lingüísticas y se incrementa el aprendizaje.
- en esta cooperación puede darse el empleo de la lengua materna ya que, así, el aprendiente suele acceder de manera más directa tanto a su bagaje como redactor como al control en la composición del texto y, de este modo, los procesos de planificación y revisión propios de la construcción de textos en una L2 se facilitan.

---

<sup>15</sup> La totalidad de esta clasificación se encuentra en Cassany, 1999: 11-15; 2004c: 922- 925.

- la aportación tanto de caudal lingüístico como de unas pautas organizativas, donde se trasladen esquemas mentales, ya adquiridos de la L1 a la L2 (MCERL, 2002: 46), es aconsejable dado que ayuda y puede evitar el bloqueo del aprendiente.
- no han de dejarse a un lado las cuestiones gramaticales que todo proceso de composición ofrece, ya que la práctica escrita en una L2 requiere una serie de conocimientos lingüísticos.

En resumidas cuentas, si la escritura ha ido siempre ligada a la técnica y dicha técnica va supeditada a unos cambios sociales, en ambas es reconocible la introducción, expansión y fijación de una serie de nuevas variables. Esos renovables patrones, por otro lado, han de ir asociados a cambios e innovaciones metodológicas y tecnológicas que constituyan, en definitiva, los nuevos objetivos y contenidos de la destreza comunicativa escrita en la clase de ELE.

#### **4.3. Estrategias cognitivas en relación con las destrezas comunicativas escritas digitales en la clase de ELE**

En el desplazamiento de la escritura analógica a la escritura electrónica, esta es dependiente de la tecnología y “favorece la integración de varios sistemas de representación del conocimiento en un único formato, de manera que el discurso adquiere la condición de multimedia y la competencia para procesarlo se convierte en multimodal” (Cassany, 2004b: 2). Con la irrupción de internet y, en virtud de lo antecedente, la escritura electrónica está dando lugar al reciclaje de la praxis de la lecto-escritura como muestra el hecho del entendimiento entre emisor y receptor. Si bien la comunicación sigue patente, esta se hace efectiva una vez interactúan a través del medio digital (Herring, 2012: 1).

Es respecto al desarrollo y modificaciones de estas cuestiones pragmáticas –por pronto que pueda resultar este análisis ya que el remolino digital está prácticamente en movimiento–, donde destacan estrategias en relación con las destrezas comunicativas escritas<sup>16</sup>, como son el procesamiento estratégico, la sobrecarga cognitiva, el aprendizaje autodirigido, los objetos físicos contra las construcciones cognitivas y la aglutinación de tareas. Todas ellas son reflejo de comunicación y demuestran las habilidades de los aprendientes para la adaptación al medio y la expresión escrita de sus necesidades (Herring, 2012: 5).

---

<sup>16</sup> Cada uno de estos aspectos están desarrollados en Cassany (2004a: 8-11; 2004b: 8-15), si bien no utilizaremos dichas clasificaciones en su totalidad.

- El procesamiento estratégico es entendido como los rasgos socio-técnicos que presuponen nuevos paradigmas o particularidades en la figura del «escritor electrónico». Por su parte, este procesamiento se deslinda del siguiente modo:

a) la “atomización del discurso en unidades pequeñas, autónomas y significativas”. Prevalece la síntesis comunicativa, independiente, de un solo tema y desde una perspectiva horizontal entre aquellos que interactúan, a modo de eslabones de una cadena frente a cualquier tipo de discurso extenso dependiente y jerárquico que atañe unidireccionalmente a varios temas.

b) la “organización hipertextual”. Une entre sí un conjunto de textos mediante conexiones lógicas como vínculos o enlaces y permite al escritor diversas interpretaciones de los textos e itinerarios de lectura.

c) la “identificación de los lectores”. Trata del análisis previo de necesidades que el productor de mensajería electrónica ha de realizar antes de la emisión con objeto de dar facilidades a su receptor y futuro usuario.

d) la “búsqueda de enlaces”. Entrelaza los elementos textuales del discurso con aquellos no-verbales (vídeos, imágenes, etc.). Su acceso se realiza mediante elementos comunicativos que proporcionan al mensaje la coherencia y cohesión necesarias.

e) la “inserción en la red”. Cobra sentido cuando se proporciona la información apropiada en cada situación comunicativa mediante el uso de las palabras clave que sintetizan lo esencial de nuestro propósito.

- La sobrecarga cognitiva. Este concepto está en relación con los aspectos cognitivos o de fondo y los relativos a la forma. Lo que la escritura electrónica facilita es la descarga mental de estos aspectos mecánicos a través de sus herramientas informáticas.

- El aprendizaje autodirigido. En la red se da un proceso autodidacta de la escritura electrónica. Los hipertextos mencionados con anterioridad forman parte de esa guía ante la que el lector-autor electrónico es encaminado hacia un objetivo final. De esta manera, la formación exitosa y eficaz de usuarios en su proceso de enseñanza-aprendizaje responde primordialmente a los pasos que uno mismo va realizando según sus necesidades específicas.

- Objetos físicos contra construcciones cognitivas. La escritura electrónica se caracteriza por “un carácter más cognitivo, más etéreo” (Cassany, 2004b: 9) pese a la intangibilidad del significado de comunicación y otros factores como la anonimia, el intrusismo o la apropiación de falsas identidades.

- La aglutinación de tareas. Internet da la posibilidad de actuar bajo diferentes roles, ya productor, receptor, consejero o difusor del mensaje. Esta nueva forma de comunicarnos permite que el usuario se involucre y participe y sea parte activa del producto.

Por su parte, conforme lo establecido hasta el momento, resulta crucial el papel que desempeña el MCERL en la definición de la expresión e interacción escrita a través de su escala descriptiva (MCERL, 2002: 64):

B1 Escribe textos sencillos y cohesionados sobre una serie de temas cotidianos dentro de su campo de interés, enlazando una serie de distintos elementos breves en una cadena lineal.

Por otro lado, en tanto en cuanto la lengua es comunicarse con otros de manera tanto oral como escrita, el MCERL (2002: 82) también establece una serie de actividades en relación con la interacción escrita. La siguiente escala descriptiva muestra dicha habilidad en relación con el nivel B1:

Transmite información e ideas tanto de temas abstractos como concretos, comprueba información y pregunta sobre problemas y los explica con razonable precisión Escribe cartas y notas personales en las que pide o transmite información sencilla de carácter inmediato, haciendo ver los aspectos que cree importantes.

En definitiva, la práctica de esta escritura electrónica puede conllevar grandes ventajas para el usuario de una lengua extranjera. Tras esta revolución cultural, permanece latente una sociedad que mantiene la palabra como “una prosa nueva” (Cassany, 2006: 11). Su llegada ha proporcionado una serie de mejoras en la redacción de este tipo de textos sintéticos al aportar un mayor éxito comunicativo entre sus lectores y escritores. Si a esto se añade la necesidad circundante de estar “en línea” de manera permanente, la oración «menos es más» se convierte en lema dentro de este universo digital. Desde el momento que la destreza comunicativa escrita se encumbra como propósito para la obtención de un producto final, aquello que se ha de valorar no es el objeto en sí, sino el proceso y las implicaciones pedagógicas que trae consigo el hecho de la composición.

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1. Justificación

La metodología seguida en este trabajo es eminentemente descriptiva-cualitativa. Dentro de esta línea de investigación, en ella se dará cuenta, por un lado, del marco teórico mentado con anterioridad y, por otro lado, de la recogida de datos —no numéricos ni estadísticos— que se lleva a cabo, transversalmente, a través de la captura de tuits de tres cuentas turísticas institucionales en Twitter: Cantabria, Zaragoza y Sevilla.

Entre nuestros firmes propósitos en este trabajo, se pretende fomentar la destreza comunicativa escrita a través del universo digital ya que, dentro de la evolución permanente que genera y desde sus plataformas, se origina el uso y empleo de nuevos géneros originales como el *microblog* y estructuras textuales como el tuit, acordes a un modelo comunicativo concreto. En este sentido, la necesidad de este enfoque sigue las directrices del MCERL (2002: 4), pues, se dirige

la atención al valor de promover el desarrollo de enlaces e intercambios educativos y de explotar todo el potencial que tienen las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información.

Por su parte, el Plan Curricular del Instituto Cervantes (2006) contempla entre sus fines para la enseñanza de calidad una competencia digital, pues,

implica el uso confiado y crítico de los medios electrónicos para el trabajo, ocio y comunicación. Las destrezas de TIC comprenden el uso de tecnologías multimedia para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, comunicarse y participar en redes sociales a través de Internet.

Del mismo modo, no se ha de olvidar la figura del docente. Para estos, hoy en día, las redes sociales son el mayor referente de interacción social e intercultural existente por lo que esta nueva herramienta digital educativa abre la posibilidad de establecer “una lengua y estilo común” (Prensky, 2010: 8) entre ambos. De manera más concreta, en lo que concierne a la enseñanza de lenguas con fines específicos, dicha evolución valora estos avances metodológicos y aúna la descripción de su lenguaje, a la par que fomenta el empleo de situaciones comunicativas dadas en contexto. Como apuntan Cabré y Gómez de Enterría (2006: 8)

Uno de los mejores métodos didácticos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje de los lenguajes de especialidad es la simulación global, en donde el soporte contextual de la realidad

profesional permite una puesta en práctica de los discursos especializados insertos en el funcionamiento de la comunicación.

## **5.2. Funcionamiento, objetivos, definición metodológica e hipótesis:**

La utilización por parte de organismos institucionales y entidades públicas del ámbito turístico de redes sociales como Twitter para la promoción y difusión de sus productos plantea la necesidad de un estudio y análisis del discurso de esta lengua de especialidad.

Del hecho comentado con anterioridad, donde se asumen unos rasgos intrínsecos a la práctica de la escritura electrónica, derivan unas implicaciones pedagógicas para este tipo de práctica o destreza escrita. A partir de estas, el presente trabajo está centrado en el análisis pragmalingüístico del discurso y de la comunicación de la lengua en Twitter aplicado a la clase de ELE. Nuestro objetivo es identificar y captar las principales tácticas y exponentes lingüísticos adoptados en esta red de *microblogging* y verificar si, como nuestras hipótesis indican, se producen cambios en el discurso. De tal suerte, podremos concluir que bajo una serie de estrategias y peculiaridades lingüísticas se crean unas expectativas en el usuario mediante el adelantamiento inductivo del destino o actividad turística del organismo que gestiona esta plataforma digital. Se logra lo que Calvi (2006: 41) denomina “un lugar de la mente”, caracterizado por la simbiosis de aspectos conocidos visualmente y aquellos en relación únicamente con las intereses y deseos del usuario.

Por consiguiente, si dentro de esta red social tiene cabida el desarrollo del discurso turístico en internet y sus consecuentes destrezas comunicativas escritas, será necesario el análisis de una muestra real de lengua para la verificación de dicha recurrencia. De tal modo, nos referiremos a tres cuentas de Twitter turísticos oficiales –Cantabria, Zaragoza y Sevilla- que, con número variable de seguidores, gestionan a través de este medio digital todo aquello que esté en relación con el ámbito turístico de su ciudad. La selección de estas tres cuentas o perfiles responde al intento panorámico de abarcar la totalidad del ámbito peninsular de norte a sur; de ahí la consideración de una comunidad de la franja norte de España, otra central y una última meridional. En cuanto a la cronología, el total de muestras engloba los meses estivales de julio, agosto y septiembre de 2014.



Se trata, por lo tanto, de textos escritos difundidos a través de una plataforma digital en combinación con material auditivo e icónico -muy en relación este último con la construcción del discurso turístico-. Por ello, se han seleccionado un total de doscientos tuits –65 de Turismo Cantabria, 60 de Turismo Zaragoza y 75 de Turismo Sevilla– para llevar a cabo, con posterioridad, un análisis y comentario de las muestras extraídas. El corpus textual recogido será referente a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje. No obstante, se trata de una compilación dinámica, abierta y actualizada que permite la inclusión de nuevos exponentes lingüísticos dado que, entre las principales funciones de un corpus, se encuentra el acercamiento y aumento de nuevas muestras de lengua para ser analizadas y la complementación del caudal lingüístico ya existente.





Finalmente, esta metodología inductiva se concretará a través de una aplicación didáctica donde se dé reflejo de la posibilidad de enseñanza-aprendizaje del español del turismo en el aula de ELE. De tal forma, se establece como objetivo una comunicación interactiva a través de internet en el ámbito educativo y se adopta la destreza comunicativa escrita como vehículo primordial de expresión y diálogo entre los aprendientes. Además, tras la aplicación didáctica estará presente la figura del docente quien, implicado en el funcionamiento integral de este entramado, guiará y facilitará a los aprendientes el empleo de este recurso.

### **5.3. Análisis del corpus y estructura textual recurrente en las cuentas de Twitter turísticas oficiales:**

La función que desempeñan los 140 caracteres de un tuit ha de considerarse motor de análisis pormenorizado del discurso turístico en internet. Asimismo, la plataforma 2.0 que se considera Twitter es la que da cabida a las principales instituciones públicas. Estas, en su gestión y labor como constructoras de nuevas muestras de lengua, tienen como principal pretensión una interacción transaccional entre entidad y usuario. La creación, por lo tanto, de un perfil turístico oficial y público permite a estos organismos una difusión social y comercial sin parangón mientras se dejan atrás moldes tradicionales de divulgación.



En lo que concierne a este trabajo, los perfiles que en Twitter tienen Cantabria, Zaragoza y Sevilla ponen de manifiesto, tras una aparente interacción interpersonal, la promoción estratégica de su destino turístico. A partir de una primera intervención, se espera por parte de los gestores la recepción y retroalimentación de los adscritos a esta red social para, más tarde, conjeturar tras esta toma de contacto la filiación a ese perfil turístico mediante la opción de *follower*, *tweep* o seguidor que ofrece la página y, finalmente, realizar el intercambio transaccional entre ambas identidades.

Conforme a esto y ateniéndonos a la premisa que considera este discurso turístico como planificado, “dado que el emisor puede elaborar de un modo detenido y pausado su información” (Sanmartín y González, 2013: 246), la estructura textual que da iniciativa a la atracción de estos destinos turísticos y que se emplea para recrear esa inmediatez comunicativa maneja entre sus exponentes lingüísticos el empleo del imperativo afirmativo y negativo con función apelativa o conativa, el uso de preguntas retóricas, la utilización de eslóganes, la recurrencia a adjetivos valorativos, superlativos y el léxico coloquial.

De tal modo, comenzaremos a analizar cada uno de ellos de manera más pormenorizada. Tras una identidad electrónica, el objetivo primero y último es la comunicación y esta se adapta a los nuevos medios para alcanzar su fin transaccional. En nuestro caso particular, los perfiles oficiales de Turismo Cantabria, Turismo Zaragoza y Turismo Sevilla remiten a una serie de rasgos lingüísticos reiterativos a lo largo de su interacción en la red. A menudo se trata de una pregunta retórica para atraer al mayor número de usuarios posible.

(1) Cantabria Infinita @cant\_infinita<sup>17</sup>: #Reinosa sigue estos días con sus fiestas de #San Mateo ¿Has mirado ya el programa? Turismodecantabria.com/próximamente/e... #TengoGanasdeVerte

(2) Zaragoza Turismo @ZaragozaTurismo<sup>18</sup>: ¿Tienes poco tiempo para ver #Zaragoza? Con las visitas de Informadores conocerás los principales monumentos. Bit.ly/Informadores

(3) Sevilla @sevillaciudad<sup>19</sup>: ¿Sabías que en el Real Alcázar de #Sevilla hay un órgano hidráulico en el que el agua es capaz de “hacer música”? bit.ly/1qiw28y

---

<sup>17</sup> A partir de ahora ejemplificaremos únicamente bajo “Cantabria Infinita”.

<sup>18</sup> Desde este instante recurriremos a esta cuenta como “Zaragoza Turismo”.

Con esta pregunta que no espera respuesta alguna, se pretende dejar en suspensión los posibles pensamientos o acciones de sus lectores e incitar con este lenguaje específico a la actividad turística contenida.

(4) Sevilla: ¿Cómo era la vida en la #Sevilla #Romana? Descúbrelo el Día de la Ruta Vía de la Plata: 5 oct. [Bit.ly/1tJA0ge](http://bit.ly/1tJA0ge)

(5) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! ¿Nos damos un refrescante paseo por el parque Jose Antonio Labordeta? ¡Feliz jueves y #RegalaZaragoza!

(6) Cantabria Infinita: Que carroza será la que más votos obtenga en esta #GalaFloral?

De tal manera, la institución oficial emite una serie de intervenciones iniciales con el objetivo de ser receptados y provocar el mayor número de reacciones, ya mediante una respuesta por parte de sus usuarios ya a través del retuit o la creación de una etiqueta o *hashtag*. Por lo tanto, entre las formas de enriquecer el contenido de un tuit encontramos dos posibles funciones:

a) una primera donde se alcanza una doble finalidad, pues, mientras se difunde la información de otro, se fomenta una participación entre los intervinientes de dicha conversación a modo de polifonía textual.

b) en segunda instancia, la etiqueta o *hashtag* permite la atribución de una función discursiva determinada, como si se tratara de un *leit motiv* reiterativo que enmarca un tema concreto.<sup>20</sup>

(1) Cantabria Infinita: No vamos a ser tan malos como @ComillasTurismo hoy #RetoCantabriaInfinita facilito, dónde estamos?

(2) Sevilla: La #BienalSevilla14 inunda la ciudad: ven a #Sevilla y vive tú mismo el embrujo del #flamenco [bit.ly/Bienal2014](http://bit.ly/Bienal2014)

Otras veces la llamada a la persuasión es realizada a través de la forma verbal de imperativo en su versión tanto afirmativa como negativa. En el estudio realizado por Sanmartín y González (2013: 249), las autoras destacan la identidad del «emisor institucional» en una primera persona del plural, la cual remite a un «tú» con ánimo de

---

<sup>19</sup> «Sevilla» en la consecución de muestras de lengua.

<sup>20</sup> El desarrollo de estas estrategias escapa a la extensión de nuestro trabajo, por lo que queda a la espera de futuras investigaciones.

aproximarse a la figura real del usuario virtual. Este aspecto gramatical se considera, por consiguiente, como la más directa forma de tracción hacia el producto turístico. Por lo tanto, si en un primer momento está presente ese «nosotros institucional»:

(1) Sevilla: En #25razonesparaconocerSevilla compartimos el modo de vivir los momentos del #día en #Sevilla bit.ly/1uJEayQ

(2) Cantabria Infinita: ¡Buenos días! Os recordamos que hoy es el día de #LaBienAparecida, patrona de #Cantabria, y es festivo en la región.

(3) Zaragoza Turismo: ¿Ya tienes tus entradas para @losmiselmusical? ¡Nosotros te las regalamos! #RegalaZaragoza bit.ly/Blog10092014

En una segunda muestra de lengua se puede observar la alusión a las formas verbales del imperativo tanto afirmativo como negativo en remisión a ese «tú» al que se desea informar, incitar, aconsejar o recomendar.

(1) Sevilla: Vive un atardecer en #Sevilla y contemplarás ese color tan especial... #welovepeople

(2) Sevilla: No dejes de ver en #Sevilla la Pza de América o “de las palomas” en el #ParqueMaríaLuisa100años bit.ly/5cosasParqueMa...

(3) Cantabria Infinita: Toma nota, el 5 de octubre vuelve #OBSESSIONA2 a @PCabarceno ¿Te lo vas a perder? @surfatorodacosta

(4) Cantabria Infinita: La Gran Marmitada te espera hoy en Santoña ¡¡¡No olvides el plato y la cuchara!!! #DegustaCantabria @turismosantona turismodecantabria.com/próximamente/e...

(5) Zaragoza Turismo: Deleitarte con todos los preciosos rincones de la Basílica del Pilar con nuestros informadores bit.ly/informadores20...

(6) Zaragoza Turismo: Si quieres ver #Zaragoza en un día, no te pierdas lo que nos recomiendan @mola\_viajar cc @AVExperience bit.ly/WR9DTJ

Junto al uso repetido de este exponente lingüístico y su consecuente función, es visible también el empleo de eslóganes. Esta fórmula, empleada eminentemente para la publicidad, es frecuente entre las intervenciones de nuestras instituciones. A modo de

propaganda turística se utiliza esta redacción sin rodeos para indicar en breves términos el asunto del mensaje. Entre los ejemplos capturados sobresale la propia definición que la comunidad de Cantabria ha establecido como base para su definición y promoción: Cantabria Infinita.

(1) Cantabria Infinita: “Santander, el viejo puerto de las 1000 velas” una expo para celebrar el #MundialVela en el @PFCantabria [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)

(2) Zaragoza Turismo: #RegalaZaragoza: grandes descuentos y ofertas para disfrutar de todo al mejor precio [bit.ly/RegalaZgza](http://bit.ly/RegalaZgza)

(3) Sevilla: “#Sevilla posa por ti”: participa este #verano en el #concurso#fotográfico de @Hotels\_Sevilla [bit.ly/1rKrYzr](http://bit.ly/1rKrYzr)

Por otro lado, es posible encontrar en las cuentas oficiales de Turismo Cantabria, Zaragoza y Sevilla intervenciones fuera de la formalidad propia del ámbito turístico. La plataforma Twitter permite, de manera indirecta e inductiva, atraer con un renovado lenguaje propio; el de la proximidad. Esta red internet acerca mediante el uso de adjetivos valorativos, superlativos relativos y absolutos e incluso coloquialismos un discurso compartido dentro de la comunidad interpretativa creada en este medio digital. Por ello, entre los ejemplos de léxico valorativo y coloquialismos encontramos:

(1) Sevilla: ‘Día fantástico en #Sevilla’, ‘Sevilla romántica’... #cultura y #ocio en las rutas de @Sevilla\_Inside

(2) Cantabria Infinita: Un #arcoiris de fuego ilumina #RibamontánalMar en este momento. Impresionante. #naturaleza #cielo... [instagram.com/p/tlwbN4P7by/](http://instagram.com/p/tlwbN4P7by/)

(3) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! Zaragoza amanece preciosa. Y tu, ¿ya has hecho tu foto del día? #RegalaZaragoza

(4) Cantabria Infinita: ¡Anímate a probar! MT @Ecoparque\_Cant: Con tu foto #pimientodeisla gana otro menú ¡por la cara!

(5) Cantabria Infinita: ¡¡Guau!!RT @GuiaenCantabria: El #Sol de última hora de la tarde en la Playa de los Locos #Suances @tiempobrasero

(6) Cantabria Infinita: ¡Que chulo! “@expreso\_info: Así se ve #Santander desde el B.A.C. Cantabria de la @Armada\_esp pic.twitter.com/u22u7iMYCn”

(7) Zaragoza Turismo: Según @CNTravelerSpain el parque Jose Antonio Labordeta es uno de los 12 parques donde tirarte a la bartola :-) bit.ly/1IFBLp3

De igual manera se lleva a cabo el empleo del superlativo, tanto relativo como absoluto, para remarcar o clasificar algún atractivo turístico particular.

(1) Zaragoza Turismo: Súbete al Bus Turístico Nocturno y conoce los rincones más bellos de la ciudad a la luz de la luna... bit.ly/BusNoche

(2) Sevilla: #Sevilla, la novena ciudad más agradable del mundo según @CNTraveler #welovepeople

(3) Zaragoza Turismo: Lo mejor de La Seo te lo cuentan nuestros informadores turísticos bit.ly/informadores20...

Se pretende, pues, la publicación de contenidos que inciten a la actividad turística por parte de residentes y, de tal manera, captar a su vez la atención de los usuarios de esta red con un mensaje coherente, expectante, original y ligado a la realidad del visitante. Dentro de esta transacción que marca como objetivo la noción de acercamiento o proximidad del usuario al destino turístico, se observa en ocasiones la práctica de un nuevo código: el de los emoticones. A sabiendas de que la lengua es el código empleado en primera instancia, puede observarse en ciertas intervenciones más informales la utilización de este recurso.

(1) Cantabria Infinita: ¿Un paseo por las nubes? ;) @DarioDesnivel: Amanece Valle #Liébana #nohaycalor en agosto en #PicosdeEuropa pic.twitter.com/Xe33JIyq5n

(2) Zaragoza Turismo: Visita #Zaragoza con los guías de @gozarte y su arte sin igual ;- ) bit.ly/gozarte

Estamos ante una manera de suplir la gestualidad a través de estos signos instaurados en la sociedad. Con la intención de que el otro se reconozca en la muestra de lengua creada, se accede a la inclusión de estos recursos dentro de un lenguaje de especialización como es el discurso turístico.

Por último, este plano léxico y pragmático se complementa con la redacción de acortamientos y diminutivos dado que disminuyen la directez que el mensaje publicitario aporta en ocasiones a la intervención (Sanmartín y González, 2013: 251).

(1) Zaragoza Turismo: Las @fiestaspolarofi ya están cerquita, os dejamos la programación confirmada hasta ahora #Pilares #Zaragoza bit.ly/1nN7mAv

(2) Cantabria Infinita: Mira que listillo el avestruz “@Chelbacheb: “@PCabarceno pic.twitter.com/8rA8vo1hX1” #VivaCantabria”

(3) Zaragoza Turismo: ¡Este finde es de #RegalaZaragoza! 2x1 en visitas y descuentos en restauración, alojamiento y más con tu cupón bit.ly/regalazgz

(4) Zaragoza Turismo: Visita @laaljaferia con @gozarte y los más peques de la casa Descuentos con el cupón #RegalaZaragoza! Bit.ly/regalazgz

En contraposición, también es posible encontrar sufijos aumentativos o prefijos intensificadores

(1) Zaragoza Turismo: Esta tarde no te pierdas el Megabús, la mejor forma de conocer la ciudad con tus hijos de forma amena bit.ly/Megabus #FindeEnZgz

(2) Sevilla: Qué lujo visitar #Sevilla con las temperaturas de hoy y los próximos días. ¡Te esperamos! #VeranoSevilla14

(3) Cantabria Infinita: #planazo “@FernandoGarzo: Mañana tenemos la II Feria Agroalimentaria del pimiento en #isla#Cantabria @OrtizIgual @Ecoparque\_Cant”

En definitiva, bajo estos perfiles o cuentas oficiales de turismo de cada una de las comunidades tratadas durante este análisis y comentario, se deja entrever un hibridismo que oscila entre lo informativo y lo argumentativo. Esta heterogeneidad textual establece como eminente propósito la información, mas deja entrever la mayoría de ocasiones una clara función persuasiva.

En este sentido, entre los valores añadidos que esta red ofrece a la gestión de las instituciones turísticas destaca el desarrollo de elementos propios de la publicidad puesto que estos tienen cobijo y se enmascaran tras una intención social y una promoción del producto turístico sin aparente ánimo de lucro.

Desde el punto de vista lingüístico, el perfil de la institución a través de su gestor da cuenta de un nuevo discurso turístico. Con el estudio, análisis y posterior comentario de

estas cuentas oficiales, los resultados obtenidos nos vuelven a llevar a la conclusión de cómo desde esta plataforma se aprovecha la oportunidad no solo de informar a los usuarios de la red, sino también de atraerlos hacia el destino o producto turístico. Para ello, se sirven de una serie de exponentes lingüísticos dentro de diversos planos de la lengua –léxicos, sintácticos, gramaticales o pragmáticos- con intención de captar su atención, provocar el efecto viral deseado desde un primer momento y difundir, en resumidas cuentas, la ciudad en su ámbito turístico.

## 6. APLICACIÓN DIDÁCTICA

### 6.1. Justificación

El planteamiento de una propuesta didáctica que partiera de la premisa de seleccionar un texto con el que el estudiante fuera capaz de participar tal y como lo hacen los nativos pasando a formar parte de la comunidad de práctica de la lengua de adquisición o aprendizaje, ha sido el principal reto de esta aplicación didáctica.

Con un destino final marcado, nuestra labor en esta intervención didáctica es la creación de diversas paradas las cuales, bajo una finalidad concreta, conduzcan o posibiliten la realización de una tarea final de índole comunicativa: la gestión de un perfil o cuenta de Twitter dentro del ámbito turístico.

En su desarrollo se proponen, por tanto, una serie de actividades que dentro de un enfoque comunicativo tiene como objetivo el aprendizaje, desarrollo y evolución de la destreza comunicativa escrita en línea, tanto de manera personal como perteneciente a la comunidad virtual generada en internet.

Esta intervención cumplirá una serie de premisas necesarias:

- Al inicio de esta, las actividades pretenderán despertar los conocimientos previos del alumnado mediante el uso de estrategias ya directas o indirectas, con el fin de maximizar la eficacia comunicativa.
- En todo momento se mantendrá el formato original de los textos seleccionados. Si el *input* aparece en formato original, el *output* generado será con mayor probabilidad paralelo al uso real de la lengua a través de la escritura. En el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua de especialidad se requiere un corpus de textos auténticos sin modificación o adaptación alguna, con el objetivo de insertar al alumnado dentro de la realidad funcional en la que pretender encontrarse.
- La lengua mostrada al aprendiente será la variedad de la misma en su contexto de uso y comportamiento discursivo. La necesidad de muestras genéricas resulta imprescindible ya que el género no es el habla de manera aislada, sino el manejo de este en contexto a través de un proceso. Tal y como expresa el MCERL (2002: 10)

Una tarea se define como cualquier acción intencionada que un individuo considera necesaria para conseguir un resultado concreto en cuanto a la resolución de un problema, el cumplimiento de una obligación o la consecución de un objetivo.



- De obligada citación es el concepto de estructura global textual (Cabré y Enterría, 2006) que se ha avanzado en el marco teórico. A la hora de trabajar un texto, las ideas quedan más esclarecidas si este se estructura en diversos exponentes lingüísticos de manera reiterativa.
- Se sitúa al aprendiente desde un primer instante ante las macrofunciones textuales, con ánimo de facilitar la tarea de la escritura y delimitar las diferentes actividades y el funcionamiento de los diversos exponentes lingüísticos.
- La muestra de acción lingüística propia de una comunidad transmitirá modelos adecuados y actuales en relación a las convenciones sociales que la conforma, siendo así reconocible en su peculiaridad como género y respondiendo a la función primordial que se le quiera asignar.
- La creación de texto se realizará según la noción de este como unidad de uso y artefacto: para qué se utiliza, dónde puede encontrarse, cómo y cuándo, cuál es su facilidad de uso, etc.
- Es necesario delimitar las diferentes acepciones de contexto (MCERL, 2002: 47-55) –contexto de uso, ámbito, contexto externo, condiciones y restricciones y contexto interno-.
- No necesariamente se habrá debido adquirir con anterioridad una competencia lingüística determinada para reconocer la clase de texto a la que pertenece un escrito y su estructuración. He aquí la importancia de la adquisición de una competencia discursiva y su ligazón a las competencias generales de *savoir*, *savoir faire*, *savoir être* y *savoir apprendre* (MCERL, 2002: 99-104).
- Entre los objetivos primordiales se encuentra crear usuarios críticos (MCERL, 2002). Con la lectura, reflexión y producción de un tipo de texto como el tuit, se plantea la idea de que el alumno lea “tras las líneas” (Cassany, 2006). La inclusión de actividades en torno a este concepto genera en el aprendiente una nueva conciencia en relación con la postura adoptada por el escritor. Esta activación recicla en el estudiante diferentes ideologías, intereses y estímulos; todos ellos relacionados con el contexto interno. Esta suerte de cuadratura del círculo construye un alumnado ávido, consciente de la multiplicidad de interpretaciones, el diálogo, la atención a lo implícito y la asunción del contraste de información donde no siempre comprender es creer.
- El fomento de la expresión escrita no aísla esta práctica del resto de habilidades lingüísticas básicas: expresión oral, comprensión oral y escrita, interacción y mediación,

sino que las implica (MCERL, 2002: 60-85). En la práctica real, las destrezas se entrelazan en diferente medida según la situación comunicativa (Cassany, 1999: 39-41).

- Se parte de la teoría de que evaluar no es corregir sino comunicar, para un docente del siglo XXI la necesidad imperante no será examinar sino ayudar al mejor entendimiento del texto. Como se ha venido reiterando a lo largo de este trabajo, no hemos de evaluar el producto final, sino la evolución del proceso en sus partes (Hyland, 2002: 88), lo que comportará actividades de coevaluación donde el alumnado aprenda de sus errores.

En suma, estos conceptos de expresión e interacción escrita dan un giro a obsoletas prácticas de escritura. Hoy día, centrados en el proceso de planificar, textualizar y revisar, la construcción de escribir surge como respuesta a lo anteriormente comentado puesto que con la escritura se ha de llamar a la creación e imaginación, ya de manera individual o colectiva mediante la cooperación, el análisis y la negociación entre aprendiente/s y facilitador.

## 6.2. Definición del grupo meta

Este trabajo se enmarca en una materia presencial obligatoria de la *Laurea triennale di Scienze del turismo*<sup>21</sup> dentro del Campus Lucca<sup>22</sup> titulada *Lingua spagnola per il turismo*<sup>23</sup>. El alumnado está constituido por doce alumnos italianos de ambos sexos, con edades comprendidas entre los veinte y veintiún años de edad, residentes en la ciudad de Lucca, ubicada esta en la zona sur de la región de la Toscana que, a su vez, se encuentra en el noroeste centro del país mediterráneo. Dichos alumnos cursan el último año de su carrera y sitúan el aprendizaje de la lengua española como su tercera lengua después del inglés.

Su estilo de aprendizaje es también homogéneo y podría vincularse a lo que se ha llamado estilo pragmático-activo. El proceso de selección de la Fondazione Campus persigue que su alumnado se caracterice por su animación, espontaneidad, espíritu descubridor y experimentador y su carácter directo, realista y eficaz. Además, se prefiere la tendencia a la creatividad, la aventura, la participación, la vivencia de experiencias, etcétera.

---

<sup>21</sup> Diplomatura de Ciencias del turismo (traducción propia).

<sup>22</sup> La *Fondazione Lucca* desde su *Campus Lucca* imparte enseñanza universitaria bajo titulaciones como *Laurea triennale di Scienze del turismo*, *Master post-diploma e post-laurea* y *Corsi di Alta Formazione per il settore turistico alberghiero*.

<sup>23</sup> Lengua española para el turismo (traducción propia).

Bajo este marco institucional, se pretende “*avere una preparazione in grado di agire e gestire le fasi dell'accoglienza a tutti livelli è uno dei modi per riuscire ad essere realmente competitivo*”<sup>24</sup>, se desarrolla una preparación específica que desemboca en la inserción inmediata de su alumnado en el mercado laboral. Para ello, dentro de su recorrido didáctico se imbrican contenidos tanto teóricos como prácticos. Se prevén, por un lado, estudios en diversos ámbitos del turismo y, por otro lado, un periodo de prácticas en organismos o empresas ya italianas o del exterior. Con el desarrollo de esta red de relaciones internacionales, dicha salida al extranjero permite moldear o formar figuras cualificadas, pues, estas adquieren el conocimiento de haber podido trabajar en mercados extranjeros.

Finalmente, se ha de añadir que la Fundación Campus organiza cursos de español para todos aquellos estudiantes que no presentan un nivel adecuado de lengua y, de esta manera, igualar u homogeneizar su conocimiento de la lengua meta.

En relación al aula de ELE, las clases serán impartidas en el *Campus Lucca*, en concreto, en su aula de idiomas, donde el alumnado tiene acceso tanto a ordenadores como a conexión a internet, junto con el conjunto de dispositivos necesario en un aula de informática como el cañón, la pantalla de fondo, los altavoces o la pizarra digital. Se trata de una materia de sesenta horas de duración, distribuidas en dos clases –martes y miércoles- durante la semana con horario de mañana de 9 a 11 horas.

En lo concerniente a la duración de la propuesta didáctica, esta se plantea para un total de tres sesiones de dos horas de duración cada una, lo que suma un total de seis horas lectivas presenciales. Se presuponen, por último, unos conocimientos básicos sobre informática. Sin embargo, de no ser así, basta con el interés sobre el tema del trabajo y la disposición a la participación activa en las actividades planteadas a lo largo de la intervención.

Esta aplicación didáctica, diseñada para alumnos con nivel B1 según el MCERL, destaca al aprendiente como «usuario independiente» en la escala global con lo que:

Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son

---

<sup>24</sup> “tener una preparación que capacite la actuación y gestión de las fases de la recepción en todos los niveles es uno de las maneras de alcanzar el ser realmente competitivo (traducción propia).

familiares o en los que tiene un interés personal. Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes (2002:26).

Por último y no por ello de menor importancia, debido al bagaje lingüístico y cultural de nuestros aprendientes, se presuponen unas experiencias previas y un conocimiento del mundo que nos valdrán como punto de partida en este trabajo.

### 6.3. Propuesta didáctica

Esta aplicación didáctica tiene como fin dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje que nuestro alumnado como futuro agente turístico induzca a la comunidad virtual en cada una de las fases –antes, durante y después- de la experiencia turística. Todo usuario, de manera independiente o como seguidor, llegará a ser capaz de crear una intervención transaccional con el destino turístico deseado tras la asunción de un género digital original y emergente –el *microblog*- y la redacción de su tipo textual –el *tuit*- dentro de la red de redes que se considera internet.

Contenidos funcionales		Contenidos gramaticales	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proponer y sugerir (4.1)<sup>25</sup></li> <li>- Aconsejar (4.18)</li> <li>- Animar (4.25)</li> <li>- Ofrecer e invitar (4.14)</li> <li>- Preguntar por el conocimiento de algo (2.19)</li> <li>- Preguntar por gustos e intereses (3.1)</li> <li>- Preguntar por preferencias (3.4)</li> <li>- Preguntar por deseos (3.7)</li> <li>- Preguntar por planes e intenciones (3.9)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adjetivos valorativos (2.1.1)</li> <li>- El superlativo relativo y absoluto (2.5)</li> <li>- Pronombres y adverbios interrogativos (7.3, 8.8)</li> <li>- El imperativo afirmativo y negativo (9.3)</li> <li>- Los pronombres personales enclíticos (7.1.5)</li> </ul>	
Tipos de texto y léxico		El componente pragmático	Ortografía/ Fonética
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acontecimientos y celebraciones (4.3)</li> <li>- Alimentación (5.3)</li> <li>- Tiempo libre y entretenimiento: Internet (9.6)</li> <li>- Espectáculos y exposiciones (8.1, 8.2)</li> <li>- Actividades artísticas: cine, teatro, música, danza, arquitectura, pintura, etc.(18)</li> <li>- Geografía: paisajes y accidentes geográficos (20.2)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensificación de los elementos del discurso (2.11)</li> <li>- Interrogativos orientados: interrogativas indirectas (1.6.2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pérdida de –d final en la segunda persona del plural de imperativo con los pronombres enclíticos (1.3.10)</li> <li>- La acentuación con los pronombres enclíticos (2.1)</li> </ul>
Contenidos culturales			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiestas populares en las demarcaciones territoriales: la Feria de Abril (1.4.1, 3.5)</li> <li>- Productos típicos por zonas o regiones y sus establecimientos (1.4.1)</li> <li>- Hábitos y aficiones (el ocio fuera de casa) (1.7)</li> <li>- Medios de comunicación e información (1.8). Internet (1.8.3)</li> <li>- Geografía física (1.1)</li> <li>- Arquitectura (3.4)</li> <li>- Pintura (3.5)</li> </ul>			

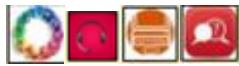
<sup>25</sup> Esta referencia numérica atañe a los puntos que el PCIC estipula en su relación de ítemes.

## INTERVENCIÓN DIDÁCTICA. Primera parada: Málaga.

### 1. LLUVIA DE IDEAS: ¿Qué sabes sobre...?

- ¿Qué sabes de Andalucía?
- ¿Dónde la localizas en el mapa de España?, ¿Cuál es su capital de provincia?
- ¿Sabrías decir de cuántas provincias está compuesta?
- ¿Qué crees que es más conocido de esta comunidad?
- ¿Qué referentes monumentales son los más destacados a nivel internacional?

### VÍDEO PRESENTACIÓN. Andalucía te quiere



A continuación, veremos dos vídeos que promocionan Andalucía. Presta atención a todos sus elementos ya que, posteriormente, deberéis:

- responder a una serie de preguntas.
- establecer una comparativa entre ellos.



<http://www.youtube.com/watch?v=Rf3KwoDL33M>

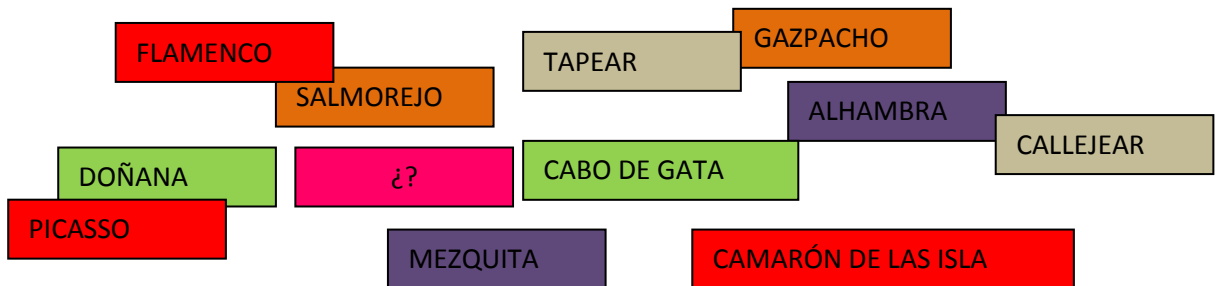
[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=tKIH\\_RKot7g](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=tKIH_RKot7g)

- ¿Qué atractivos turísticos reconoces en el primer vídeo? ¿Y en el segundo?
- ¿Cuáles son sus principales diferencias?
- ¿Crees que se trata de un vídeo creado por profesionales o gente aficionada?
- Uno de los dos anuncios ha sido premiado en el 'Art & Tur', ¿cuál de ellos? Coméntalo con tu compañero.

2.  **LAS SIETE DIFERENCIAS.** Ahora intenta clasificar todo lo observado con anterioridad en la tabla que se ofrece a continuación:

GASTRONOMÍA	MONUMENTOS	OCIO	NATURALEZA	ARTES	OTROS

Te proporcionamos algunos de los términos más típicos dentro de la cultura andaluza. Añade, libremente, aquellos que conozcas.



¡MALAGUEA!

3.  @turismodemalaga

Como bien sabes, nuestra primera parada es la capital andaluza del cine. A partir de ahora nos adentraremos en su actividad turística a través de la cuenta oficial que la oficina de turismo tiene en Twitter.





- ¿Conoces esta red social?
- ¿Es gratuita o de pago?
- ¿Tienes una cuenta en Twitter?
- ¿Para qué la empleas? ¿Con qué frecuencia accedes a ella?
- ¿Desde qué tipo de dispositivo entras en ella? ¿Ordenador o telefonía móvil?

Para ver qué sabes de Twitter, comentemos en grupo las siguientes preguntas:



#### 4. EL FENÓMENO MICROBLOGGING

Observa las siguientes imágenes detenidamente:

- ¿Qué propósito se busca con este tipo de mensajería?
- ¿Cuál crees que es la estructura del tuit? ¿De cuántas partes piensas que consta?





**Málaga Ciudad Genial** @turismodemalaga · 24 h  
 No te pierdas a Channel o Balenciaga con la exposición "Trilogy" - moda y automoción en el @MuseoAutomovilM #Malaga bit.ly/1Ing1HL

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

Retwitteado por Málaga Ciudad Genial

**Museo Carmen Thyssen** @thyssenmalaga · 10 de may.  
 Ambientazo en la Plaza Carmen Thyssen! #AccesoLibre al Museo. #NocheenBlancoMLG pic.twitter.com/Q4apVCJ3m7



Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

**Málaga Ciudad Genial** @turismodemalaga · 14 de abr.  
 ¿Sabes dónde ir, qué ver, qué hacer o qué comer hoy para disfrutar del Lunes Santo de la mejor manera posible? #Málaga malagaturismo.com/es/site/semana

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

**Málaga Ciudad Genial** @turismodemalaga · 21 de abr.  
 ¡Participa en el I Concurso de fotografía 'Málaga, Naturaleza Viva' y podrás ganar hasta 1.000 €! #Málaga malagaturismo.com/es/site/natura...

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

**Málaga Ciudad Genial** @turismodemalaga · 13 de may.  
 ¿Danza, música o teatro? X Festival del Teatro en el Teatro Cánovas #Malaga @TeatroCánovas bit.ly/1jc6F5P

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

Retwitteado por Málaga Ciudad Genial

**Área Cultura Málaga** @culturamalaga · 10 de may.  
 Comparte con todos los participantes de #NocheEnBlancoMLG tu "microcuento" personal sobre el evento con el hashtag #EraseUnaVezLNEB

Abrir

Responder Retwittear

**Málaga Ciudad Genial** @turismodemalaga · 29 de abr.  
 ¿Qué más se puede pedir para un martes por la tarde? Visita guiada gratuita por #ElRoto, #DadiDreucol y #KAWS cacmalaga.eu/2012/12/03/pas...

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

## ¿SABÍAS QUE...?



*TWEET/TUIT: mensaje de texto de corta longitud, máximo 140 caracteres.*

*TUITEAR: acción y efecto de enviar tweets.*

*RETWEET: volver a publicar el mensaje que ha sido tuiteado por otro.*

*TWEEPS: (tweet + peep): ser seguidor de una o varias cuentas de Twitter.*

## 5. VUELVE A VISUALIZAR

Observa, de nuevo, las imágenes anteriores y reflexiona acerca de las siguientes cuestiones:

- ¿Te has sentido atraído por el contenido de los tuits? ¿Con cuál de ellos?
- ¿Has sentido que se te aconsejaba o quizá que se te daba una orden? ¿En qué tuit?



- Con estos tuits, ¿crees que los organismos intentan promocionarse o vender algún producto?
- ¿Crees que se dirigen a todo tipo de público? ¿Consideras que utilizan un lenguaje muy directo?
- En los tuits donde hay preguntas, ¿estas esperan respuesta?

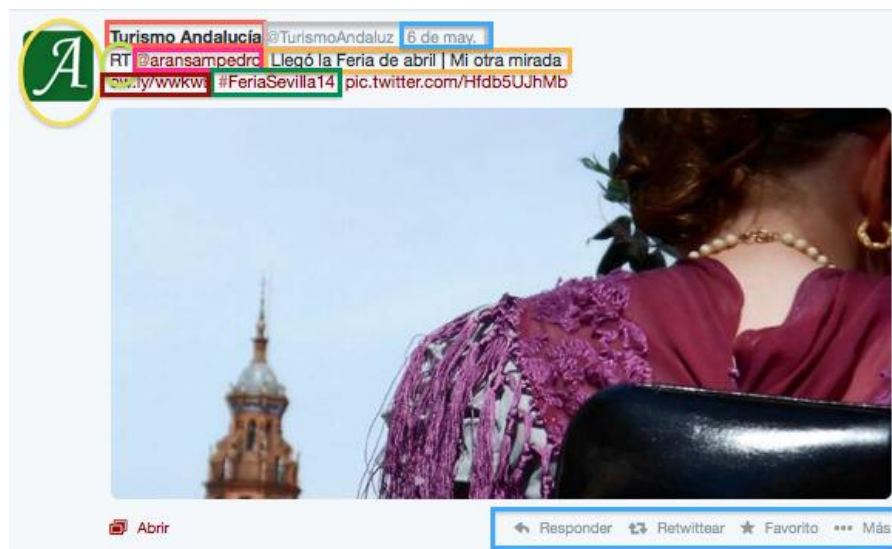
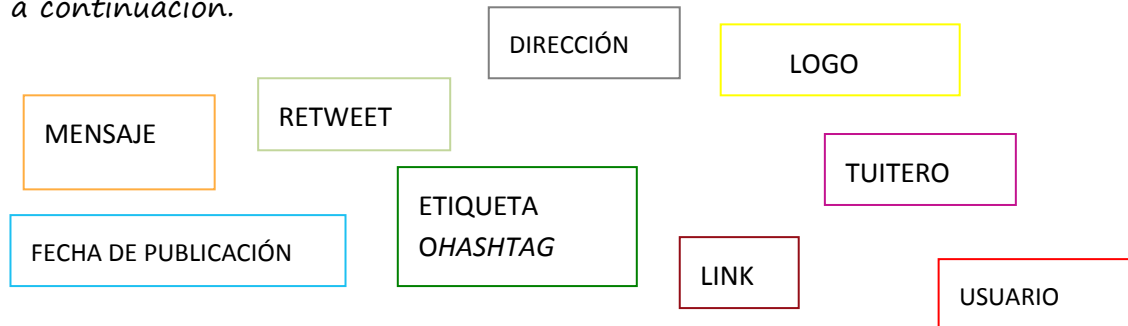
6.  REFLEXIONA DE MANERA CRÍTICA

Fíjate en cuadro que se ofrece a continuación e intenta mantener una postura crítica ante las preguntas que se te realizan ¡Nos interesan mucho tus motivos!

PREGUNTA	RESPUESTA		
	SÍ	NO	¿POR QUÉ MOTIVO?
¿Puede emitir este tipo de mensajes cualquier persona?			
¿Existen diferencias entre cuentas gestionadas de manera personal con aquellas en las que se representa a una entidad?			
¿Es necesario que una persona esté especializada en el sector del que va a gestionar su Twitter?			
¿Te ves capacitado para realizar esta labor?			
¿Le ves utilidad a esta herramienta para la promoción turística de una ciudad?			

7.  **CREA TUS PROPIOS TUIITS**

7.1 Antes de comenzar a escribir, familiarízate con la estructura de un tuit y sus diversas partes. Une con flechas cada una de las partes que aparecen a continuación.



7.2 Imagina que eres el nuevo gestor de Turismo Andalucía. Te espera un día de duro trabajo ya que es la Feria de Abril. ¿Qué tuits publicarías?

8.  **¡A TUITEAR!**

iii Llegó la hora de crear tu propia cuenta y adentrarte en el mundo Twitter !!!

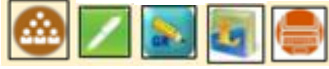
Para ello has de seguir los siguientes pasos:

a) Dividida la clase en grupo de cinco personas, deberéis crear una organización/entidad ficticia, relacionada con el turismo, a la que daréis nombre.

b) Después, llevaréis a cabo bajo el nombre de esta empresa una cuenta en: <https://twitter.com/>



The image shows the Twitter login and registration page. At the top, there are two input fields: 'Nombre de usuario o correo electrónico' and 'Contraseña'. To the right of the password field is a blue button labeled 'Iniciar sesión'. Below these fields is a checkbox labeled 'Recordar mis datos' and a link '¿Olvidaste tu contraseña?'. A horizontal line separates the login section from the registration section. The registration section is titled '¿Eres nuevo en Twitter? Regístrate'. It contains three input fields: 'Nombre completo', 'Correo electrónico', and 'Contraseña'. At the bottom right of the registration section is a yellow button labeled 'Regístrate en Twitter'.

c)  Ahora tenéis que darle actividad a la cuenta con la creación de vuestros propios tuits. Para ello:

- Recuerda todos los elementos lingüísticos: imperativo, apelación, pregunta retórica, estilo directo, coloquialismos y eslóganes.
- No olvides que el contenido turístico girará en torno a la provincia de Málaga.
- Ten en cuenta que el propósito de los tuits es convencer al tuitero o al lector con tu mensaje.
- Acompaña tus tuits de imágenes, enlaces que remitan a otras informaciones, etc.
- Por último, complementa con información de interés que le dé un valor añadido a vuestra cuenta -retuitea RT-.

d)  ¡ÁNIMO Y A PUBLICAR!

Dentro de poco estarás en el trendingtopic de los más leído en Twitter.



**POR SI ACASO...**

¿ERES UNA ORGANIZACIÓN!

¿QUÉ DESTACARÍAS DE TU CUENTA?

¿CUÁNTOS TUIITS HABÉIS ESCRITO?

¿Y RECIBIDO? ¿OS HAN RETUITEADO?

¿QUÉ OS PARECEN LAS CUENTAS DE VUESTROS COMPAÑER@S?

9   **COMPARTIR ES VIVIR**

Una vez que vuestro *Twitter* va “cogiendo color”, presentad aquello que habéis creado al grupo clase. Esta interacción es de carácter libre: ¡Estáis hechos todo unos tuiteros!

**10. VUELVE A TU PROPIO CENTRO**



10.1 ¡ESTO NO ACABA AQUÍ! Esperamos que esta actividad os haya motivado para crearos una cuenta personal si es que no la teníais; y así, poder ser seguidores de todas las cuentas grupales creadas hasta el momento. ¡ERES TODO UN EXPERTO!



10.2 EVALÚATE, EVALÚAME

Por último, veamos reflejado, por escrito, las conclusiones a las que habéis llegado en la interacción anterior.

PREGUNTAS	SÍ	NO
¿HABÉIS CONSEGUIDO EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA ACTIVIDAD?		
¿EL TEXTO CUMPLE CON LA ESTRUCTURA PRESENTADA AL INICIO DE LA ACTIVIDAD?		
¿SE HAN UTILIZADO LAS ESTRUCTURAS LINGÜÍSTICAS PLANTEADAS A LO LARGO DE LA UNIDAD?		
¿EXISTE UNA RELACIÓN LÓGICA ENTRE LAS IDEAS PRESENTADAS?		

## 7. CONCLUSIONES

A juzgar por lo afirmado previamente, el interés primero de nuestro trabajo reside en el desarrollo de la destreza comunicativa escrita a través de una muestra genérica digital caracterizada por su originalidad y aplicación en el ámbito turístico. Se responde así a un nuevo discurso que, con sus reglas, remite a una nueva comunidad interpretativa y virtual de usuarios. Es en esta línea donde este fenómeno se erige como foco de estudio de todo especialista dentro de aspectos sociales y comunicativos. La importancia de este tipo de texto reside, pues, en la nueva manera de transacción que la red 2.0 nos ofrece. Se entra a formar parte de una nueva comunidad de habla -con su estructura, reglas y modo de uso- a la par que se asiste a una nueva manera de interacción social.

Para algunos, estamos ante el principio del fin de la escritura analógica. Sobre todo si fijamos la mirada en el fracaso abordado entre nuestros aprendientes en relación a la redacción de textos densos. Para nosotros, la síntesis de caracteres de esta tipología textual ofrece la oportunidad al alumnado de acercarse a una exponente utilización de este tipo de textos de manera exitosa, pues, su reiteración o encadenamiento deja entrever nuevos procesos, estrategias y tácticas en su proceso de escritura. Además, hoy en día esta línea de investigación permanece abierta a posibles y futuras indagaciones. La comunicación electrónica escapa a una definición exacta debido, en gran medida, a su vertiginosa evolución. Para autores como Joan Solà (2001: 7), se trata de un retorno a la inocencia de la infancia ya que, por encima de todo, es una comunicación expresiva, transmisora de complicidad y cohesión grupal, informal, intrascendente y lúdica. Por ello, el firme propósito durante todo este trabajo, deslindados los entresijos teóricos que confrontan denominaciones como *español general*, *español con fines específicos*, *el español del turismo*, *el discurso turístico en internet*, *el cibergénero microblog* y su producto textual –*el tuit*–, es el desarrollo de actividades de índole comunicativa que permitan al aprendiente de ELE manejar la totalidad de las destrezas, en concreto, la comunicativa escrita en relación con la escala de descriptores establecida por el MCERL. Todo ello, mientras se da cuenta de la eminente macrofunción argumentativa de este tipo de textos y se hallan sus diferentes partes constituyentes y, de esta manera, se muestran acciones lingüísticas propias de una comunidad de práctica de la que se desea que el alumno forme parte integrada.

Por su parte, la explotación didáctica de la destreza escrita en la clase de ELE tiene por fin último la autonomía personal del aprendiente dentro de una comunidad de práctica virtual y real, tanto en la clase de ELE como fuera de ella.

Por causas que extralimitan nuestros propósitos, no ha sido posible la puesta en práctica de esta intervención didáctica, si bien se ha creado bajo unos fundamentos que marcan como características generales la flexibilidad, viabilidad, concreción y adecuación a otros niveles de aprendizaje y a nuevos contextos de uso. No obstante, se pretende, tan pronto como sea posible, su aplicación al aula de ELE.

Somos aquello que decimos, que escribimos. A sabiendas de considerar que el proceso de la escritura acontece en la interioridad de cada persona, al mismo tiempo, esta aparente inexactitud no hace más que impulsar la senda investigadora hacia aquellos interrogantes que permanecen sin un control decisivo y definitivo: ¿qué estrategias lingüísticas utilizamos para controlar la agresividad potencial del lenguaje en sociedad?, ¿cómo mejorar la formación de profesores de aula que estimulen las capacidades de los alumnos y obtengan el máximo de sus posibilidades?, ¿qué práctica comunicativa se debe desarrollar en relación con el contacto intercultural?

En definitiva, con este trabajo se espera contribuir a los estudios todavía iniciales sobre un género digital en expansión como es el *microblogging* y, en concreto, uno de sus exponentes más emergentes, Twitter, desde el que se ha venido gestando un discurso turístico que ha de amoldarse y estudiarse en relación a ese «pájaro azul» que revolotea de manera arrolladora entre todos los usuarios que crean esta comunidad virtual. Es este un proceso sin punto y final y en continuo movimiento, pues, es necesario profundizar y llevar adelante estas cuestiones a nuevas líneas de investigación y futuros retos. Con total certeza, el uso de modelos discursivos de carácter interpersonal con finalidad transaccional irá ofreciendo nuevas posibilidades expresivas dentro de este medio digital ya que evoluciona según las necesidades comunicativas de los internautas. Hoy estamos viviendo este preciso momento de asentamiento, alteración, novedad y revolución. No hay vuelta atrás en esta tendencia hacia la producción masiva de información. Por nuestra parte, estamos lejos de pretender dar respuesta a todas estas cuestiones de manera categórica. Nuestro fin es, eso sí, dar el espacio pertinente a ese *microblog*, esa micro-interacción y esa microrrevolución que se está gestando en la aureola comunicativa.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAM, J. (1992): *Les textes: Types et prototypes*. Paris: Nathan.

ADAM, J. (2001): *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*. Paris: Nathan.

AGUIRRE, B. (2004): "La enseñanza del español con fines profesionales", en J. Sánchez Lobato e I. Santos (eds.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*. Madrid: SGEL, 109-1127.

AGUIRRE, B. (2012): *Aprendizaje y enseñanza de español con fines específicos*. Madrid: SGEL.

ANDROUTSOPOULOS, J. (2011): "A partir de la variación de la heteroglosia en el estudio del discurso a través del ordenador", en Thurlow, Crispin / Kristine Mroczek (eds.) *Discurso digital: Idioma en el New Media*. Oxford: Oxford University Press.

BAJTIN, M. (1978[1979, 1982, 1992]): *Estética de la creación verbal*. Madrid: Siglo XXI

BHATIA, V. K. (1993). *Analysing Genre: Language in Professional Settings*. London: Longman.

BHATIA, V.K. (2002). "Applied genre analysis: a multi-perspective model". *Ibérica*4: 3-19.

BUYSE, K. (2009): "Las TIC y la expresión escrita en la clase de ELE", en *El español en contextos específicos: enseñanza e investigación*, XX Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera –ASELE-, 91-101.

CABRÉ, M<sup>a</sup> T. y GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2006). *La enseñanza de los lenguajes de especialidad. La simulación global*. Madrid: Gredos.

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

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

CAPDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. (2010): “Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”, en *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33, 45-68.

CASSANY, D. (1999): *Construir la escritura*. Barcelona: Paidós.

CASSANY, D. (2004a): “La lectura y la escritura de géneros profesionales en EpFE” en *Español para fines específicos. Actas del II CIEFE*, 40-64. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.

CASSANY, D. (2004b): “La alfabetización digital”, en Víctor M. Sánchez Corrales ed. *Actas XIII Congreso Internacional de ALFAL*, 3-20. San José de Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

CASSANY, D. (2004c): "La expresión escrita", en J. Sánchez Lobato e I. Santos (eds.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*. Madrid: SGEL, 917-941.

CASSANY, D. (2006): *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama.

CASSANY, D. (2012). *En-línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.

CIASPUSCIO, G. (1994): *Tipos textuales*. Buenos Aires: EUDEBA.

CIASPUSCIO, G. (2003): *Textos especializados y terminología*. Barcelona: IULA.

CONSEJO DE EUROPA (2002): *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Secretaría General Técnica del MEC, Anaya e Instituto Cervantes. [en línea], [consulta: 28 de agosto de 2014] [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/marco/cvc\\_mer.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf)

DÍAZ NOCI, J. (2000): *La escritura digital*. San Sebastián: Fundación Talaia.

INSTITUTO CERVANTES (2006): *Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC)*. (2006). Madrid: Instituto Cervantes, en [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/plan\\_curricular/default.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/default.htm) [última consulta: 22 de septiembre de 2014]

FERREIRO, E. (2001): *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*. México: FCE.



FLOWER, L. (1994): *The Construction of Negotiated Meaning. A Social Cognitive Theory of Writing*, Southern Illinois University Press.

FLOWER, L. y HAYES, J. R. (1981), “A Cognitive Process. Theory of Writing”, en *College Composition and Communication*, vol. 32, número4, pp. 365-387. National Council of Teachers of English, en <http://www.jstor.org/stable/356600> [Consulta: 15 agosto de 2014].

FORNARA, F. (2010): “Twitter en la enseñanza del español como lengua extranjera” (en línea). *El bazar de los locos*, en [http://www.elbazardeloslocos.org/?page\\_id=748](http://www.elbazardeloslocos.org/?page_id=748) [Consulta: 30 de agosto de 2014].

GARCÍA PAREJO, I. (1999), «Teoría de la expresión escrita en la enseñanza de segundas lenguas», *Carabela*, 46: pp. 23-42.

GONZÁLEZ GARCÍA, V. (2012). “El discurso del turismo en Internet: hacia una caracterización de sus géneros” en Sanmartín, J. (ed.). *Discurso turístico e internet*. Madrid/Frankfurt: Editorial Iberoamericana Vervuert.

GUASCH, O. (1995): “Els processos d’escriptura en segones llengües”, *Articles*, 5, pp. 13-21.

HAYES, J. L. (1996): “A New Framework for Understanding Cognition and Affect in Writing”, en M. Levy y S. Ransdell. (Eds.) (1996) *The Science of Writing. Theories. Methods. Individual Differences and Applications*, Wahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, pp. 1-28.

HERNÁNDEZ MERCEDES, M<sup>a</sup> P. (2012): “La integración de las TIC en la clase de ELE. Panorama de una (r)evolución” *Revista Internacional de Lenguas Extranjeras*, n<sup>o</sup> 1, 63–99, en <http://revistes.publicacionsurv.cat/index.php/ri1>.

HERRING, S. (2012): “Computer-Mediated Discourse”, en *Handbook of Discourse Analysis*, Deborah Tannen, Deborah Schiffrin y Heidi Hamilton (eds.). Oxford: Blackwell.

HOWATT, A. P. R. (1984): *A History of English Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.

HYLAND, K. (2002): *Teaching and Researching Writing*. Londres: Longman.

JÍMENEZ, J.J. y VELA, C. (2005): “La escritura electrónica: ¿progreso o decadencia?”, en *Interlingüística*, 621-630. Universidad Complutense de Madrid: Madrid.

LERAT, P. (1997): *Las lenguas especializadas*. Barcelona: Ariel.

LEVY, M. (1997): *Computer-assisted language learning: context and conceptualization*. Nueva York: Oxford University Press.

LÓPEZ FERRERO, C. (2002): "Aproximaciones al análisis de los discursos profesionales", en *Signos. Estudios de Lengua y Literatura. Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje* de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile), 195-215, en [http://www.sistema.itesm.mx/va/FEV/ago03/cassany/lectura\\_lopez](http://www.sistema.itesm.mx/va/FEV/ago03/cassany/lectura_lopez).

LÓPEZ GARCÍA, G. (2005): *Modelos de comunicación en Internet*, Valencia: Tirant Lo Blanch.

LOUREDA LAMAS, Ó. (2003): *Introducción a la tipología textual*. Madrid: Arco/Libros.

MANCERA, A y PANO, A. (2013): *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos.

MARTÍN PERIS, E. *et al.* (2008). *Diccionario de términos clave de ELE*. Madrid: SGEL, en [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/indice.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/indice.htm).

MONSORIU, M.(2010). *Diccionario web 2.0*. Madrid: Creaciones Copyright.

MORENO, C. y TUTS, M. (2004): “La enseñanza del español del turismo”, en J. Sánchez Lobato e I. Santos (eds.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua extranjera (LE)*. Madrid: SGEL, 1185-1204.

NUNAN, D. (2002). *El diseño de tareas para la clase comunicativa*. Madrid: Cambridge University Press.

O'REILLY, T. (2006). “Qué es 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software”, en *Portal de la Sociedad de la Información de Telefónica*,

[http://sociedadinformación.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es\\_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146](http://sociedadinformación.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146)

- PARMELEE, J. H. y BICHARD, S. L. (2012): *Politics and the Twitter Revolution. How Tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Londres: Lexington Books.
- PARODI, G. (2006): “Comprender y aprender a partir de los textos especializados en español: aproximaciones desde ámbitos técnico-profesionales”, en *Centro Virtual Cervantes, I Investigaciones* [última consulta: 12 julio 2014], en ([http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/ciefe/pdf/03/cvc\\_ciefe\\_03\\_0007.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/ciefe/pdf/03/cvc_ciefe_03_0007.pdf)).
- PRENSKY, M. (2010): “Digital Natives, Digital Immigrants”, en *On the Horizon*, en <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> [consulta: 18 de agosto de 2012]
- RAMOS, C. (2007), *El pensamiento de los aprendientes en torno a cómo se aprende una lengua: dimensiones individuales y culturales*. Madrid: CIDE.
- RICHARDS, J., T.S. RODGERS (2003). *Enfoques y métodos en la enseñanza de idiomas*. Madrid: Cambridge University Press.
- SÁNCHEZ, A. (1992). *Historia de la enseñanza del español como lengua extranjera*. Madrid: SGEL.
- SÁNCHEZ, A. (1997). *Los métodos en la enseñanza de idiomas. Evolución histórica y análisis didáctico*. Madrid: SGEL.
- SÁNCHEZ, A. (2009). *La enseñanza de idiomas en los últimos cien años. Métodos y enfoques*. Madrid: SGEL.
- SANMARTÍN, J. y GONZÁLEZ, V. (2013): “Facebook y discurso turístico: tenor funcional y estrategias pragmalingüísticas en Turismo Madrid y Turismo Sevilla”, en Adrián Cabedo Nebot, Manuel José Aguilar Ruiz y Elena López-Navarro Vidal (eds.), *Estudios de lingüística: investigaciones, propuestas y aplicaciones*. Tecnolingüística S.L: Universidad de Valencia.
- SCHIFKO, P. (2001): “¿Existen las lenguas de especialidad?” en Bargalló, M., Forgas, E., Garriga, C., Rubio, A., Schnitzer, J. (eds.), *Las lenguas de especialidad y su didáctica*. Tarragona: Universidad Rovira i Virgili; pp. 21-29.

- SHEPHERD, M Y WATTERS, C. (1998). "The Evolution of Cybergenres", en Sprague Jr., R. (ed). *Proceedings of the 30th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Los Alamitos/ CA: IEEE Computer Society, 97-109.
- SOLÀ, J. (2001): "Xats. Retorn a la innocència. ;-)", 18-1-2001, pág. 7.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1986[1995]): *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackell.
- SWALES, J. M. (1990): *Genre Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SWALES, J. M. (2004): *Research Genres: Explorations and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TASCÓN, M. (dir.) (2012): *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Fundación del español urgente BBVA. Barcelona: Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores.
- THOMPSON, C. (2008): "Un mundo feliz de la intimidad digital", [en prensa], New York Times, en [http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?\\_r=2&partner=rssuserland&emc=rss&pagewanted=all&](http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?_r=2&partner=rssuserland&emc=rss&pagewanted=all&).
- VAN DIJK, T. (1980): *Estructuras y funciones del discurso*. Madrid: Cátedra.
- VAN DIJK, T. (1999a): "¿Un estudio lingüístico de la ideología?", en G. Parodi (ed.), *Discurso, cognición y educación*. Ensayos en honor de Luis A. Gómez Macker (pp. 27-42). Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- VAN DIJK, T. (1999b): "Context models in discourse processing", en H. van Oostendorp y S. Goldman (eds.), *The construction of model representations during Reading*, 123-146. Mahwah, Nj: Erlbaum.
- VAN DIJK, T. (2001): "Algunos principios de la teoría del contexto", en *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 69-82.
- VV.AA., "La expresión escrita en el aula E/LE" (1999), *Carabela*, 46, monográfico, septiembre.
- YUS, F. (2001): *Ciberpragmática*, Barcelona, Ariel.

YUS, F. (2010): *Ciberpragmática 2.0*, Barcelona, Ariel.

ZABALA, V. (2002). *Desencuentros con la escritura. Escuela y comunidad en los andes peruanos*. Lima: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú.

## 9. ANEXOS

### 9.1. Corpus de tuits

#### IMPERATIVO AFIRMATIVO

- (1) Cantabria Infinita: Hoy comienza en #Pedreña la III Edición de la #FeriadelMolusco [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...) ¡Ven y #Degustacantabria! #TengoGanasdeVerte
- (2) Cantabria Infinita: Come y bebe como un emperador en la Ruta de la Tapa Imperia @LaredoTurismo [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)
- (3) Cantabria Infinita: Agudiza tus sentido, comienza la #FeriadelaVista en Santillana del Mar @aytosantillana [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)
- (4) Cantabria Infinita: #DegustaCantabria “@A3Noticias: bogavante de cinco kilos y un metro de longitud en Cantabria [antena3.com/noticias/socie...](http://antena3.com/noticias/socie...) [pic.twitter.com/ngLYZSQaUD](http://pic.twitter.com/ngLYZSQaUD)”
- (5) Cantabria Infinita: #Rutas por #Cantabria hasta el 28 de #Septiembre en la comarca del #Asón. Descubre nuevos rincones: [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)
- (6) Cantabria Infinita: Súbete al #BusTurístico de Santander y descubre todos los tesoros de la ciudad [turismodecantabria.com/próximamente/c...](http://turismodecantabria.com/próximamente/c...)
- (7) Cantabria Infinita: Este sábado súbete a las #OlasSolidarias en la Sala Bns #música #FundaciónAmor [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)
- (8) Cantabria Infinita: Conoce como funciona un #HuertoEcológico en las visitas guiadas puestas en marcha en Puente El Arrudo Herrerías [turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://turismodecantabria.com/próximamente/e...)
- (9) Cantabria Infinita: Ven a los @VallesPasiegos y comprenderás porqué cuando piensas en Cantabria #PiensasEnVerde [turismocantabria.com/descúbrela/zon...](http://turismocantabria.com/descúbrela/zon...)
- (10) Cantabria Infinita: Acompaña a @lugaresvisitare en su paseo por @ComillasTurismo [wp.me/p4CjXs-3L](http://wp.me/p4CjXs-3L) vía @22tala
- (11) Sevilla: Experimenta la sensación de sobrevolar la Plaza de #España de #Sevilla en 360° [sevilla.org/torrespana/](http://sevilla.org/torrespana/)
- (12) Sevilla: Prepárate para el #flasmob del5/10 en la Pza. Nueva de #Sevilla: vive tu momento de gloria en @laBienal [youtu.be/HCoO9KkkAel](http://youtu.be/HCoO9KkkAel) #welovepeople
- (13) Sevilla: Inscríbete en las actividades del Día dela Ruta Vía de la Plata y viaja a la #Sevilla Romana [bit.ly/DiaRutaPlata](http://bit.ly/DiaRutaPlata)
- (14) Sevilla: Saborea la #gastronomía judía en #Sevilla: 'sefard´ice creado por @HFlorentina para #edjc2014 [bit.ly/XVJornadaJudaí...](http://bit.ly/XVJornadaJudaí...)

- (15) Sevilla: Disfruta de tu #AVExperience viajando a #Sevilla con la #RenfeSpainPass. Así nos lo cuenta @mola\_viajar [youtu.be/es\\_IDWab85M?li...](https://youtu.be/es_IDWab85M?li...)
- (16) Sevilla: Ven a #Sevilla y descubre sus contrastes: [bit.ly/CapillaCarmen](https://bit.ly/CapillaCarmen) y [bit.ly/CatedralSevilla](https://bit.ly/CatedralSevilla)
- (17) Sevilla: Pasea junto al #Alcázar por el Barrio de Santa Cruz de #Sevilla y sorpréndete con cada rincón [bit.ly/1xyxnrG](https://bit.ly/1xyxnrG)
- (18) Sevilla: Descubre la historia de la cerámica en Triana en el nuevo Centro #CerámicaTriana de #Sevilla [bit.ly/1rlKXLD](https://bit.ly/1rlKXLD)
- (19) Sevilla: #Sevilla es una ciudad de #ópera, conoce las óperas del @Maestranza para esta temporada [bit.ly/1vWOANQ](https://bit.ly/1vWOANQ)
- (20) Sevilla: MT @Ayto\_Sevilla: Acércate a la Fan Zone #Spain2014 en las @Setas\_deSevilla y pásatelo en grande
- (21) Sevilla: Descubre las actividades para hacer en #familia cuando vengas a #Sevilla [bit.ly/1p8avdu](https://bit.ly/1p8avdu) #VeranoSevilla14
- (22) Sevilla: Expresa con una #foto o #relato corto el romanticismo de #Sevilla: participa en @TusevillaR [on.fb.me/1mLSLEG](https://on.fb.me/1mLSLEG)
- (23) Zaragoza Turismo: La Real Maestranza vuelve a abrir sus puertas en septiembre. ¡Reserva ya tu plaza! [Bit.ly/RealMaestrnz](https://bit.ly/RealMaestrnz) #FindeEnZgz
- (24) Zaragoza Turismo: Disfruta de la mañana del domingo con tus hijos en el Divertour. ¡Aprovecha la promoción 2x1! [Bit.ly/Divertour](https://bit.ly/Divertour) #Familia #Zaragoza
- (25) Zaragoza Turismo: Hazte con la tarjeta turística #Zaragoza Card y disfruta de numerosos descuentos. [Bit.ly/ZgzaCard](https://bit.ly/ZgzaCard)
- (26) Zaragoza Turismo: Endúlzate el sábado con la ruta gastronómica #Chocotour [bit.ly/Chocotour](https://bit.ly/Chocotour)
- (27) Zaragoza Turismo: Te sorprenderás con las visitas guiadas que ofrece @gozARTE ¡Descubre la ciudad de una forma diferente! [bit.ly/gozarte](https://bit.ly/gozarte)
- (28) Zaragoza Turismo: Visita la iglesia de San Gil con @GozARTE y obtén descuentos con el cupón #RegalaZaragoza [bit.ly/regalazgz](https://bit.ly/regalazgz)
- (29) Zaragoza Turismo: Adéntrate en la #Zaragoza renacentista con nuestro paseo guiado este sábado a las 11h [bit.ly/Renacentista](https://bit.ly/Renacentista)
- (30) Zaragoza Turismo: Haz que tu domingo sea un lienzo para descubrir la obra de Goya en #Zaragoza [bit.ly/PasGoya](https://bit.ly/PasGoya) ¡Apúntate a este paseo!
- (31) Zaragoza Turismo: Recuerda que este sábado puedes disfrutar de fruta y verdura ecológica en el #MercadoAgroecologico de #Zaragoza [bit.ly/MdoAgro](https://bit.ly/MdoAgro)

- (32) Zaragoza Turismo: Viaja al pasado a través del arte Mudéjar de #Zaragoza bit.ly/MudejarEsp
- (33) ZaragozaTurismo: Incluye tus eventos gastronómicos en nuestra agenda y dale máxima difusión en #Zaragoza bit.ly/AgendaGastronó...
- (34) Zaragoza Turismo: La Virgen del Pilar luce hoy un manto de papel hecho por @origamizaragoza ¡Acércate a verlo!
- (35) Zaragoza Turismo: Visita los Museos Arqueológicos y Pablo Gargallo con tarifa especial durante #RegalaZaragoza con gancho bit.ly/regalazgz #Zaragoza
- (36) Sevilla: Explora el mundo de la #navegación en el @PNavegación, legado de la Expo 92 de #Sevilla bit.ly/X13S63
- (37) Cantabria Infinita: Descarga tu flyer descuento para #ObsessionA2 #deporte y #naturaleza en @PCabarceno turismodecantabria.com/próximamente/e...
- (38) Zaragoza Turismo: Saborea la historia de #Zaragoza con la ruta gastronómica del sábado. bit.ly/saboreaZgz ¡Reserva ya tu plaza!
- (39) Zaragoza Turismo: Mira las actividades que han preparado en Delicias para disfrutar del #veranoZGZ bit.ly/1qDd7Tx
- (40) Zaragoza Turismo: Date una vuelta por #Zaragoza con los informadores. Visitas al Casco Histórico a las 11.30h y 17.30h bit.ly/informadores20...
- (41) Sevilla: Conoce las #actividades que se desarrollan en #Sevilla para celebrar el día de la #VirgenReyes bit.ly/Y8bBAr
- (42) Sevilla: Expresa con una #foto o #relato corto el romanticismo de #Sevilla: participa en @TusevillaR on.fb.me/1mLSLE
- (43) Sevilla: Adquiere tus #entradas para las #visitas nocturnas teatralizadas al Real Alcázar de #Sevilla bit.ly/1ulWn5t pic.twitter.com/xZAvQEsyXi
- (44) Zaragoza Turismo: El 3 de octubre, ¡date un #beso por #Zaragoza! bit.ly/Blg260914 Participa en el beso colectivo y muéstrale tu amor al mundo.
- (45) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! “@interpzgz Bésate por #Zaragoza 3 octubre @FiestasPilarOfi @ZaragozaTurismo bit.ly/1DwXAfT pic.twitter.com/uFHVxugcak”

#### IMPERATIVO NEGATIVO

- (46) Cantabria Infinita: El domingo no te pierdas la #GalaFloral de @torrelavega Fiesta de #InterésTurísticoNacional turismodecantabria.com/próximamente/e...



- (47) Cantabria Infinita: Arranca hoy una nueva edición de las jornadas del pimiento de #Isla turismodecantabria.com/próximamente/e... ¡No puedes perdértelas!
- (48) Zaragoza Turismo: Este fin de semana vuelve #Zaragozamagica con @zaragusta ¡No te la pierdas! On.fb.me/1oqvgkm
- (49) Sevilla: El musical #LosMiserables llega a #Sevilla en diciembre. ¡No te lo pierdas! En @fibesevilla visitasevilla.es/es/evento/los-...
- (50) Sevilla: Cuando vengas a #Sevilla no olvides disfrutar de la visita con todos sus ingredientes. ¡Buen provecho! #welovepeople
- (51) Sevilla: Si te gusta el #flamenco no puedes perderte la #BienalSevilla14 del 12/9 al 5/10 bit.ly/Bienal2014
- (52) Zaragoza Turismo: Si vienes a #Zaragoza, no dejes de ver El Pilar. Pero mejor si te lo explican, ¿no? bit.ly/informadores20...
- (53) Zaragoza Turismo: No te pierdas nada de #Zaragoza. Sube y baja del bus turístico todo el día con el mismo billete. bit.ly/BusDia
- (54) Zaragoza Turismo: Este viernes no te pierdas la ruta #Modernismo al Margen. bit.ly/Modertzg ¡Podrás visitar el interior de la Casa Solans!
- (55) Zaragoza Turismo: Este fin de semana no te pierdas la visita a la Real Maestranza. #Renacimiento bit.ly/RealMaestrnz #FindeEnZgz

## LÉXICO VALORATIVO

- (56) Cantabria Infinita: Genial este post sobre @SANTANDER2014ES de @imanesdeviaje todo lo que necesitas para vivir el #MundialVela2014 imanesdeviaje.com/mundial-de-vel...
- (57) Cantabria Infinita: Impresionante. #Fotón “@JEduardoOrtega: #cantabria pic.twitter.com/QkOBotBTd9”
- (58) Cantabria Infinita: Una dulce tentación... Este fin de semana en la Plaza Mayor de @torrelavega Feria del Hojaldre turismodecantabria.com/proximamente/e... vía @cant\_infinita
- (59) Cantabria Infinita: #Risoterapia una de nuestras terapias favoritas esta vez de la mano de @Tricycle y #BITS en el @PFCantabria turismodecantabria.com/proxiamente/e...
- (60) Sevilla: En unas horas, colofón #flamenco en los Jardines del Alcázar de #Sevilla a un verano inolvidable de #NochesAlcázar bit.ly/1tQZjk5

- (61) Sevilla: La #BienalSevilla14 se inauguró ayer con un emocionante homenaje a #EnriqueMorente protagonizado por sus hijos
- (62) Sevilla: Espectacular cómo lucirá el próximo 13/9 la Plaza de América de #Sevilla con el altar de la @HermandadPaz
- (63) Sevilla: Los Jardines del Real Alcázar de #Sevilla: una maravilla oculta tras las murallas bit.ly/AlcazarSevilla
- (64) Sevilla: En agosto #Sevilla creció un espectacular 18% en el número de visitantes respecto a 2013 #welopeople
- (65) Sevilla: Un paseo en barco por el río #Guadalquivir te brindará imágenes inolvidables de #Sevilla bit.ly/1r8xlZS
- (66) Sevilla: Las #fiestas, otra parte esencial para conocer #Sevilla: #25razonesparaconocersevilla bit.ly/1ooupp
- (67) Sevilla: Sábado sin estrés en un entorno ideal de #Sevilla: a la orilla del #Guadalquivir junto al Puente de #Triana.
- (68) Zaragoza Turismo: Los participantes del #FamTripEmpresasAlemanas son toreros por un día! Encantados con #Zaragoza #ZaragozaCongresos
- (69) Sevilla: 'El joven #Velázquez': #Sevilla celebrará un gran simposio desde el 15/10 sobre su gran pintor visitasevilla.es/es/evento/simp...
- (70) Cantabria Infinita: “AgustinalvarezR: Fin de semana de relax en #cant\_infinita Simplemente #espectacular #relax #silencio #naturaleza”
- (71) Cantabria Infinita: Perfecta imagen para desear buenas noches “@Manolosv: Desde la duna de Zaera en Gamazo @Postureo\_CANT #santander”
- (72) Sevilla: La singular Capilla del Carmen, de #AníbalGonzález. Así es cómo #Triana te da la bienvenida visitasevilla.es/es/lugar-inter...
- (73) Sevilla: Hoy a las 20.30h en el @Maestranza de #Sevilla nueva gran cita con @EstrellaMorente y la @SevillaRos #BienalSevilla14

#### PREGUNTA RETÓRICA

- (74) Cantabria Infinita: ¿Lo sabéis? “@alexgarciadiez: @FerGomezBlanco demuestra de tu conocimiento de @cant\_infinita ¿donde estoy? pic.twitter.com/zEezKRHu5F”
- (75) Cantabria Infinita: ¿Has visto todas las fiestas y ferias que hay en #Cantabria estos días? Turismodecantabria.com/proximamente/e... #TengoGanasDeVerte

- (76) Cantabria Infinita: Con ganas de romería? Este fin de semana Ojedo en #Liébana te espera #RomeriSanTirso [turismodecantabria.com/proximamente/e...](http://turismodecantabria.com/proximamente/e...)
- (77) Cantabria Infinita: ¿Te apuntas mañana a una #RutaForestal para descubrir el Monte Corona? #TengoGanasDeVerte [turismodecantabria.com/proximamente/c...](http://turismodecantabria.com/proximamente/c...)
- (78) Zaragoza Turismo: ¿Conoces las visitas guiadas de @naveganteteatro? Vuelven en septiembre con [bit.ly/LosNavegantes](http://bit.ly/LosNavegantes)
- (79) Zaragoza Turismo: ¿Quieres vivir una aventura de cine por #Zaragoza? Este sábado a las 20.15h Megabus+Acuario por 13€ [bit.ly/Megabus](http://bit.ly/Megabus)
- (80) Sevilla: ¿Has visitado el #Museo de Bellas Artes de #Sevilla? La segunda pinacoteca de #España [visitasevilla.es/es/lugar-inter...](http://visitasevilla.es/es/lugar-inter...)
- (81) Sevilla: ¿Conoces las #rutas de @mol\_arte? Encuentros con la historia y la leyenda de #Sevilla [bit.ly/1qWQt72](http://bit.ly/1qWQt72)
- (82) Sevilla: ¿Has tenido la suerte de contemplar por la noche el Pabellón Mudéjar den el #ParqueMariaLuisa100años de #Sevilla?
- (83) Sevilla: ¿Tienes ya tu entrada para el #musical #LosMiserables? En diciembre en #Sevilla @fibesevilla [bit.ly/UMfSrh](http://bit.ly/UMfSrh)
- (84) Cantabria Infinita: ¿Qué tal una botella de @vinocantabricus para celebrar que Carlos V desembarca hoy en Laredo? [facebook.com/cantabricus/ph...](http://facebook.com/cantabricus/ph...)
- (85) Cantabria Infinita: ¿Un poco de ejercicio para empezar bien el #otoño? Vía @Labaru\_Cantabru [pic.twitter.com/pUoDThZ43W](http://pic.twitter.com/pUoDThZ43W) #TengoGanasDeVerte
- (86) Cantabria Infinita: ¿Aún no has ido a ver la #exposición de #piratas de @ComillasTurismo? [Turismodecantabria.com/próximamente/e...](http://Turismodecantabria.com/próximamente/e...) #TengoGanasDeVerte
- (87) Sevilla: ¿Conoces los conciertos de @musicaemocion\_? 18 sep. Alberto Cortez en el Alfonso XIII de #Sevilla [bit.ly/1uNt5wN](http://bit.ly/1uNt5wN)

## EMOTICONES

- (88) Cantabria Infinita: Por algo será ;) “@cantabriaorient @CuevasCant La #CuevaCovalanas cuelga el cartel de completo para hoy y mañana #DisfrutaCantabria”
- (89) Cantabria Infinita: [@MenesesRam](http://.) @EcoParque\_Cant preparados para el Campeonato de España de #Triatlón? Mucha suerte!! #Santander os espera! ;)
- (90) Cantabria Infinita: [@PLGturismo](http://.) Se agradece un poco de agua y la ligera bajada de las temperaturas ¿verdad?. Aunque seguimos con máximas de 26 grados. ;)

(91) Cantabria Infinita: @TaneArqueologia @PLGturismo @ConoceCantabri @ComillasTurismo @Museos Cant Bien por nosotros y por @GuiaEn Cantabria ;) #retotanearqueologia

#### ESLOGAN

(92) Sevilla: A partir de octubre “@fibesevilla suena”: un ciclo de #conciertos para los próximos meses fibes.es/firma-convenio...

(93) Sevilla: #Sevilla, un regalo para los #sentidos: vivencias compartidas en #25razonesparaconocersevilla bit.ly/XVy6bD

(94) Sevilla: 1 millón de reproducciones de '#Sevilla, el calor de una sonrisa' @GemeliersMusic ¡Gracias! bit.ly/elcalordeunaso...

(95) Sevilla: “Un río de #flamenco” se acerca con la #BienalSevilla14: a partir del 12 de septiembre en #Sevilla bit.ly/1rVUoYc

#### SUFIJO AUMENTATIVO

(96) Cantabria Infinita: #planazo para hoy “@CadenaSerViajes: Un bosque de Secuoyas en Monte Cabezón, Cantabria ow.ly/BqECU” @turismocabezon

#### “NOSOTROS” INSTITUCIONAL

(97) Cantabria Infinita: ¡Nos encanta! Esto es para #recomendar MT @ComillasTurismo: #ComillasEmociona os invitamos a un paseo por #Comillas vimeo.com/100417083

(98) Cantabria Infinita: Nos vamos de compras a Santoña, el fluor está de moda #FluorPower http://t.co/HNCRwz5JsR

(99) Sevilla: En #25razonesparaconocerSevilla compartimos el modo de vivir los momentos del #día en #Sevilla bit.ly/1uJEayQ

(100) Sevilla: Mañana comienza #Spain2014 y #Sevilla es sede. ¡Damos nuestra bienvenida a las selecciones del Grupo B! #welovepeople

(101) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! Empezamos la jornada deportiva del domingo, en la que podemos disfrutar de la”VIII... instagram.com/p/te13qNy8v3

## COLOQUIALISMOS

(102) Cantabria Infinita: Woooouuuu “@VrgFotografia: Baño de estrellas en el embalse del alza @latierruca @cant\_infinita @Cantabriaviva pic.twitter.com/n2hfDBCOfo”

(103) Cantabria Infinita: Caseteando en las Fiestas de la Virgen Grande de @torrelavega #DegustaCantabria

## ACORTAMIENTOS

(104) Zaragoza Turismo: En la #CarpadelTernasco ya están preparados para #pilar14 ¡Este finde actividades y conciertos para todos! bit.ly/CarpaTernasco2...

## SUPERLATIVO

(105) Cantabria Infinita: Por algo será! La #playa de Laredo, la sexta más fotografiada de España @LaredoTurismo europapress.es/cantabria/cant...

(106) Sevilla: Hoy comienza en #Sevilla el mayor evento internacional del mundo del #Flamenco: arranca la #BienalSevilla2014 bit.ly/Bienal2014

(107) Sevilla: Un patio de #Triana bajo un cielo azul puede ser la mejor sugerencia contra el estrés #welopepeople

(108) Sevilla: Mañana a las 22h puedes explorar la #Sevilla más misteriosa en la #ruta “Las almas de Sevilla” de @mol\_arte bit.ly/1unabzE

(109) Sevilla: En #Sevilla nos encanta la gente: una de las ciudades más amigables del mundo según @CNTraveler. Vía @abc\_es sevilla.abc.es/Sevilla/201408

(110) Sevilla: En #turismo sigue batiendo récords en #Sevilla: el mes pasado registramos el mejor julio de la historia #welopepeople

(111) Sevilla: Hoy en las #NochesAlcazar @enrikesolinis en concierto: la mejor #música antigua en los jardines de un palacio... youtu.be/HWatLckj5AY

(112) Sevilla: El Arco de la #Macarena de #Sevilla te da la bienvenida al casco antiguo más grande de #España bit.ly/SevillaMapa

(113) Cantabria Infinita: Ahora @navedelmisterio explorando las @CuevasCant con el profesor #Ontañon Programa muy interesante @cuatro #TengoGanasDeVerte

(114) Cantabria Infinita: Completísima la estancia de @Viajerabloggera en #Noja con @Noja\_escapada dondemedesllevarte.blogspot.com.es/2014/09/noja-u... #NojaNaturalmente

## IMPERATIVO AFIRMATIVO + PREGUNTA RETÓRICA

(115) Cantabria Infinita: La temporada en #HotelAliva acabará pronto, ¿y aún no has dormido allí? Mira lo que te pierdes [cantur.com/instalaciones/...](http://cantur.com/instalaciones/)

(116) Cantabria Infinita: ¿Quieres ganar esta cesta? Participa en el sorteo de @EcoParque\_Cant aquí: [facebook.com/EcoparqueTrasm...](https://facebook.com/EcoparqueTrasm...)  
[pic.twitter.com/8RAel9YozT](https://pic.twitter.com/8RAel9YozT) #LaHuertadeisla

(117) Sevilla: ¿Conoces las huellas de #SantaTeresa en #Sevilla? Ven a descubrirlas en el V Centenario de su nacimiento #STJ500 [bit.ly/SantaTeresaSev...](http://bit.ly/SantaTeresaSev...)

(118) Zaragoza Turismo: ¿Viajas con niños?; Descubre las ventajas de la #Zaragoza Family; [bit.ly/ZgzFamily](http://bit.ly/ZgzFamily) #ZgzEnFamilia

(119) Cantabria Infinita: ¿Has participado ya en nuestro menú de las #JornadasdelPimientoIsla? [Basicfront.easypromosapp.com/p/166908](http://Basicfront.easypromosapp.com/p/166908) ¡Corre que se acaba mañana!

(120) Sevilla: ¿Conoces el #Museo de Artes y Costumbres Populares de #Sevilla? Aprovecha y visita esta muestra [bit.ly/arteantiguo](http://bit.ly/arteantiguo)

## IMPERATIVO POSITIVO + IMPERATIVO NEGATIVO

(121) Zaragoza Turismo: Los viernes no te pierdas la ruta Modernismo al Margen [bit.ly/Moderzgz](http://bit.ly/Moderzgz) ¡Descubre el pasado industrial de #Zaragoza en el Arrabal!

## IMPERATIVO AFIRMATIVO + LÉXICO VALORATIVO

(122) Cantabria Infinita: Mañana en #Santander descubre a los niños que la #ciencia puede ser divertida en la #NocheDeLosInvestigadores [youtu.be/Kg6PeYG1SF4](http://youtu.be/Kg6PeYG1SF4)

(123) Zaragoza Turismo: Este sábado ven al Palacio Renacentista y descubre los bellos palacios. de esta época [bit.ly/Renacentista](http://bit.ly/Renacentista) #FindeEnZgZ

(124) Sevilla: La #NocturnaSevilla14 recorrerá bellos entornos de #Sevilla. Ven y únete el 26/9 #running [bit.ly/1soidhDA](http://bit.ly/1soidhDA)

(125) Sevilla: #Sevilla late muy viva en espacios urbanos que la renuevan. Conoce algunos de estos lugares: [bit.ly/5LugaresTenden...](http://bit.ly/5LugaresTenden...)

(126) Zaragoza Turismo: ¡Qué rico está el chocolate! Consigue tu #Chocopass y disfruta de este placer tan zaragozano [bit.ly/Blg260314](http://bit.ly/Blg260314)

(127) Zaragoza Turismo: Este sábado saborea el lado más dulce de #Zaragoza con la ruta Chocotour [bit.ly/Chocotour](http://bit.ly/Chocotour) #Chocoadictos #Chocolate

#### IMPERATIVO AFIRMATIVO + ESLOGAN

(128) Zaragoza Turismo: Visita la “Feria del vino y cultura en la calle” @carreragancho y utiliza tu cupón #RegalaZaragoza bit.ly/regalazgz #carreragancho11

(129) Sevilla: Hoy es el #DíaMundialDeLaTapa: disfrútalo en #Sevilla como en ningún otro sitio del mundo visitasevilla.es/es/gastronomía

#### IMPERATIVO AFIRMATIVO + SUFIJO AUMENTATIVO

(130) Cantabria Infinita: #Planazo ven a San Vicente de la Barquera y #DegustaCantabria con el Certamen de Marisco #mariscada 80€ turismodecantabria.com/próximamente/e...

#### IMPERATIVO AFIRMATIVO + SUPERLATIVO

(131) Zaragoza Turismo: Esta noche, ven al Bus Turístico Nocturno y conoce los rincones más bellos de #Zaragoza a la luz de la luna... bit.ly/BusNoche

(132) Zaragoza Turismo: Descubre la riquísima #gastronomía de #Zaragoza bit.ly//GastroZgz

#### IMPERATIVO NEGATIVO + LÉXICO VALORATIVO

(133) Cantabria Infinita: Si vas a la #FeriadelPimiento de #Isla no olvides tu cámara, ¡puedes ganar un rico menú! turismodecantabria.com/proximamente/e...

#### IMPERATIVO + NOSOTROS INSTITUCIONAL + LÉXICO VALORATIVO

(134) Sevilla: En #Sevilla vivimos intensamente el #flamenco, ven y compruébalo en la #BienalSevilla14 bit.ly/FlamencoSevilla

#### PREGUNTA RETÓRICA + EMOTICONES

(135) Cantabria Infinita: ¡¡Siiii!! MT @dinkyviajeros: #BuenosDías desde #Noja :D ¿Os apetece un poco de #fruta para el #desayuno? ;) instagram.com/p/tFDdb/MHt3F8/

#### PREGUNTA RETÓRICA + ESLOGAN

(136) Sevilla: 'Rutas en bici', 'Sevilla, ciudad de óperas', 'Triana y el río'... ¿Conoces las #rutas que ofrece @SevillaOTours? bit.ly/1v4aTSu

#### PREGUNTA RETÓRICA + SUPERLATIVO

(137) Sevilla: ¿Sabías que @Aquopolis\_sev es uno de los parques acuáticos más grandes de #España?

#### PREGUNTA RETÓRICA + LÉXICO VALORATIVO

(138) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! Preciosa mañana en la ciudad del Ebro. ¿Estáis disfrutando de las vacaciones (los que... instagram.com/p/rWQUdmy8sk/

(139) Sevilla: ¿Estás en #Sevilla? Un buen momento para degustar una #tapa de ensaladilla #gastronomíaSevilla visitasevilla.es/es/tipo-de-lug

(140) Sevilla: ¿Conoces los #tapices del Real Alcázar de #Sevilla? Magníficas colecciones del siglo XVIII bit.ly/AlcazarSevilla

#### PREGUNTA RETÓRICA + LÉXICO VALORATIVO + COLOQUIALISMO

(141) Sevilla: ¿Te gustaría ir de #tapas por #Sevilla? Empieza a hacer boca con esta guía #gastronomíaSevilla visitasevilla.es/es/gastronomía

#### PREGUNTA RETÓRICA+ IMPERATIVO AFIRMATIVO Y NEGATIVO

(142) Zaragoza Turismo: ¿Quieres saber todo lo que pasa este verano en #Zaragoza? Descárgate la agenda y ¡no pares! bit.ly/Agendaverano

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL+IMPERATIVO NEGATIVO

(143) Sevilla: No te pierdas @labienal de #flamenco del 12 de sep. al 5 oct. Te esperamos en #Sevilla bit.ly/1ArfH4v #welovepeople

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + PREGUNTA RETÓRICA

(144) Zaragoza Turismo: Hoy visitamos @CaixaForum#Zaragoza ¿Ya lo has visto?



(145) Cantabria Infinita: ¿Nos ayudas? RT @RutaForamontans: El año pasado fuimos 62 los que tuiteamos #RutaForamontanos llegaremos a 100 este año? #tuitesajanansa2014

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + LÉXICO VALORATIVO

(146) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! Hoy os dejamos una preciosa imagen de La Seo. ¡Cómo nos gusta #Zaragoza! #RegalaZaragoza

(147) Cantabria Infinita: Seguimos con la presentación del proyecto del teleférico del #MiradordelPas @VallesPasiegos Impresionante. pic.twitter.com/bOkj1M4xp6

(148) Zaragoza Turismo: Paramos en @laaljaferia para visitar este increíble palacio musulmán #ZaragozaCongresos #FamTripEmpresasAlemanas

(149) Cantabria Infinita: Hoy nos vamos a dormir encantados y empezaremos la semana con más ganas que nunca. Gracias, gracias, 16.000 gracias.

(150) Cantabria Infinita: Hoy nuestro color favorito es el azul cielo, justo el que estamos disfrutando en Cantabria!! #playa de Usgo

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + IMPERATIVO AFIRMATIVO

(151) Zaragoza Turismo: El 10 de septiembre organizamos una nueva sesión del #ZCBProfitClub #ZaragozaCongresos ¡¡anota la fecha!! @hoteldiagonal #networking

(152) Sevilla: Descubre el #Regionalismo sevillano: te proponemos #rutas temáticas por #Sevilla visitasevilla.es/es/node/2003

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + ESLOGAN

(153) Zaragoza Turismo: Por un beso, yo no sé qué te diera por un beso. Becquer no lo sabía pero nosotros sí. Concurso “Bésate por #Zaragoza” on.fb.me/1wQDxV6

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + SUPERLATIVO

(154) Zaragoza Turismo: Damos a conocer la casa natal de nuestro pintor más internacional #Goya en @fuendetodosgoya #ZaragozaCongresos #FamTripEmpresasAlemanas

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL+LÉXICO VALORATIVO+PREGUNTA RETÓRICA

(155) Zaragoza Turismo: ¡Muy buenos días! Estamos a cinco días del inicio de las Fiestas del #Pilar2014 ¿Tenéis ganas? ¡Feliz lunes!

#### NOSOTROS INSTITUCIONAL + EMOTICONES + IMPERATIVO AFIRMATIVO

(156) Cantabria Infinita: ¡Queremos una ;-p! RT @Ecoparque\_Cant: #SORTEO #pimientodeisla ¡Concursa y gana esta cesta!: facebook.com/EcoparqueTrasm...

#### LÉXICO VALORATIVO + ESLOGAN

(157) Sevilla: Desde el 15 de oct. simposio en #Sevilla sobre 'El joven #Velázquez', el gran pintor sevillano bit.ly/1vph0hg

(158) Zaragoza Turismo: Hoy #DíaMundialTapa visita las deliciosas zonas de tapas de #Zaragoza ¡Qué aproveche! bit.ly/TapasZgz ow.ly/i/72BTc

#### LÉXICO VALORATIVO + EMOTICONO

(159) Cantabria Infinita: ¡Buenos días! ☺ ”@unmundopara3: Me siguen regalando maravillas como esta en #NojaNaturalmente #noja #nojaescapada... Instagram.com/p/tMw8MevoSE/”

#### LÉXICO VALORATIVO + ACORTAMIENTO

(160) Zaragoza Turismo: ¡Buenos días! Nos espera un gran finde... ¡Feliz viernes y #RegalaZaragoza!

#### LÉXICO VALORATIVO+SUPERLATIVO

(161) Sevilla: El @AcuarioSevilla ya tiene en sus aguas a un inquilino muy especial

## 9.2. Claves para la lectura de actividades

**CLAVES:**

→		Expresión oral	→		Ap. Lúdico
→		C. lectora	→		Interacción
→		C. auditiva	→		Evaluación
→		Expresión escrita	→		Individual
→		Léxico	→		Parejas
→		Gramática	→		Grupos
→		TIC	→		Grupo clase