

Una perspectiva pragmático-discursiva de la didáctica de lenguas extranjeras: aplicación práctica a través del género textual visita guiada de una bodega

A pragmatic-discursive perspective on the didactics of foreign languages: a practical application through the 'guided winery tour' text genre

Inés González Aguilar

Investigadora predoctoral. GIRTraduvino. Universidad de Valladolid
i.gonzalez@uva.es



Inés González Aguilar es investigadora predoctoral en el departamento de lengua española de la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Valladolid en Soria. Pertenecce al grupo de investigación reconocido GIRTraduvino dónde realiza su tesis en el ámbito del análisis de la lengua y la cultura vitivinícola en la enseñanza-aprendizaje del francés como lengua extranjera. Ya posee estudios publicados sobre la presencia vitivinícola en los manuales de francés lengua extranjera, así como sobre la didáctica del francés como lengua extranjera en general. Sus experiencias anteriores como profesora asociada en el departamento de filología francesa y alemana de la Universidad de Valladolid, así como profesora, examinadora y correctora de exámenes en la Alianza Francesa de Valladolid han enriquecido notablemente su carrera docente e investigadora en el marco de las lenguas extranjeras.

Resumen

Las metodologías actuales para la enseñanza de las lenguas extranjeras, como el enfoque comunicativo, tienen en cuenta las teorías pragmático-discursivas. Por ello, hemos analizado desde la perspectiva pragmático-discursiva el género textual visita guiada de una bodega que pertenece al entorno vitivinícola, en concreto dentro del ámbito enoturístico para su aplicación en la didáctica de las lenguas extranjeras. Este trabajo parte del interés de incluir la cultura, a la vez que la lengua, en las situaciones comunicativas recreadas en las aulas de lenguas extranjeras. El resultado consiste en una reflexión sobre las características pragmáticas de este género textual de especial interés para la metodología comunicativa. Este trabajo culmina con la elaboración de una tabla analítica del género textual visita guiada de una bodega según la teoría del interaccionismo socio-discursivo de Bronckart.

Abstract

Current methodologies for foreign language teaching, such as the communicative approach, take into account pragmatic-discursive theories. Therefore, we have analysed from a pragmatic-discursive perspective the 'guided winery tour' text genre within the wine-growing environment -specifically from the field of wine tourism- for its application in the teaching of foreign languages. This paper is based on the interest of including culture, as well as language, in the communicative situations recreated in foreign language classrooms. The result is a reflection on the pragmatic features of this text genre of special interest for a communicative methodology. This work culminates in the elaboration of an analytical table about the 'guided winery tour' text genre according to Bronckart's theory of socio-discursive interactionism.

Palabras clave

Análisis del discurso, competencia discursiva, componente sociocultural, pluriculturalismo, pragmática, tipología textual

Keywords

Discourse analysis, discursive competence, socio cultural element, pluriculturalism, pragmatics, text typology

Introducción

Martínez Montes y López Villalva (2015: 75) constataban que, en los años 90, se hizo notable la influencia de la lingüística discursiva y pragmática en la didáctica de las lenguas extranjeras. Por lo tanto, no es de extrañar que, desde entonces, se haya cristalizado esta corriente en los manuales para la enseñanza de lenguas extranjeras. El desarrollo de la pragmática-discursiva parte, entre otras, de la consideración de la situación comunicativa dentro de la enseñanza de la lengua extranjera. Como consecuencia, nos encontramos ante el dilema de seleccionar aquellos contextos comunicativos y géneros textuales de mayor interés para el alumnado, así como ante la necesidad de encontrar una metodología adecuada para su enseñanza/aprendizaje de los géneros textuales en el aula.

Por otra parte, la cultura vitivinícola está muy presente en las tradiciones españolas, así como en las culturas francesa e italiana. Por ello, el estudio de sus características socio-lingüísticas, además de su aplicación a la didáctica de las lenguas, resultan de gran interés para aquellos profesionales que se dedican a la creación de materiales para la enseñanza/aprendizaje de las lenguas extranjeras.

A lo largo de este trabajo, didáctica de las lenguas extranjeras y cultura vitivinícola confluyen para dar lugar a la aplicación inédita del género textual vitivinícola en el aula de lengua extranjera. En concreto, hemos analizado el género textual visita guiada de una bodega por ser, tal y como lo demostraremos a continuación, un género textual oral frecuente en el sector enoturístico. Por lo tanto, partimos de la hipótesis de que los géneros textuales son un aliado para el profesorado de lenguas extranjeras y demostraremos que el género textual visita guiada de una bodega presenta un gran atractivo. Para alcanzar este objetivo mayor, hemos desglosado las características pragmáticas que se deben tener en cuenta para su implementación en el aula a partir del modelo didáctico presentado por Guimarães-Santos (2019: 159-162) según la teoría del interaccionismo sociodiscursivo de Bronckart (2004). Nuestro marco teórico recorrerá las corrientes didácticas, lingüísticas y, sobre todo, pragmáticas más relevantes para este trabajo. Todo ello irá precedido de una contextualización del sector enoturístico y en particular de las visitas guiadas de las bodegas como fenómeno dentro de esta forma de turismo.

Para ello nos hemos inspirado de autores influyentes de cada disciplina. Hemos retomado a Lomas (2015) y a Tusón Valls (2015: 25-74) para repasar las teorías pragmáticas más relevantes en vista de su impacto en la didáctica de las lenguas. En cuanto al sector vitivinícola se refiere, y en especial al texto enoturístico, nos hemos basado en Ibáñez Rodríguez (2007), director del grupo de investigación GIRTraduvino, y en Pascual Cabrerizo (2016), respectivamente. Finalmente, la teoría lingüística de Bronckart (2004), el interaccionismo socio-discursivo, así como su modelo didáctico, constituyen la base de la parte práctica de este trabajo.

La metodología empleada en este trabajo se basa en la aplicación de modelos lingüísticos en la práctica de la enseñanza de lenguas extranjeras. Partimos de una base descriptiva con el fin de influir en la metodología empleada por el profesorado dedicado a la enseñanza de lenguas extranjera, con el objetivo de promover un uso más frecuente de los géneros textuales. En definitiva, presentamos un método analítico enfocado a la investigación-acción. Como ya hemos mencionado, nuestro estudio se divide en dos partes: en primer lugar, el marco teórico, compuesto por la contextualización de la visita guiada de una bodega dentro del enoturismo y por el análisis de las teorías pragmáticas; en segundo lugar, la práctica que examina las características del género textual visita

guiada de una bodega más relevantes para su adaptación a la didáctica de lenguas extranjeras.

Marco teórico

Breve contextualización del enoturismo

El turismo es una de las actividades principales que contribuyen al PIB español¹, y dentro de este se encuentra el enoturismo. La actividad enoturística ha sido muy recientemente reconocida. Prueba de ello es que la mejor definición de esta actividad data de 2006, procedente de la tesis defendida por Pascual Cabrerizo (2016) sobre el texto enoturístico: “Llamamos ‘turismo del vino’ a los viajes y estancias dirigidas al conocimiento de los paisajes, las labores y los espacios de la elaboración del vino, y a las actividades que acrecientan su conocimiento y adquisición y pueden generar desarrollo en las diversas zonas vitivinícolas” (Elías Pastor en Pascual Cabrerizo, 2016: 98). Esta definición resulta muy valiosa ya que, según Pascual Cabrerizo: “Recoge la idea de viaje inherente al turismo (viajes y estancias), tiene en cuenta las motivaciones del turista y también la oferta (conocimiento y actividades) y no se olvida de la dimensión socioeconómica (genera desarrollo)”. (Pascual Cabrerizo, 2016: 98)

La reciente incorporación de la entrada enoturismo en la versión 23.5 del diccionario en línea de la Real Academia Española (RAE, 2021), a finales del año 2021, demuestra el naciente reconocimiento de este sector en auge dentro del turismo español.

El enoturismo es un sector económico consciente de los progresos necesarios para llegar a prosperar, como lo demuestra la nota de prensa publicada en el día del enoturismo en 2019, por el Instituto del Enoturismo de España (2019), en la que se reconocía la débil representación del enoturismo, a quien se le atribuía tan solo el 0,9% de los movimientos turísticos realizados en los años 2018-2019. En este mismo artículo periodístico se establecían las directrices necesarias para el progreso de este sector en el que se constataban la falta de formación de los profesionales del sector vitivinícola en turismo, el desconocimiento de la existencia de ferias o foros, y la falta de promoción de un producto elaborado y definido. De hecho, estas mismas necesidades de cambio se aprecian desde años atrás. Desde la perspectiva del análisis científico de la economía española, Miranda Escolar y Fernández Morueco han analizado diferentes iniciativas del Gobierno, entre las que figura “Estrategia Vino 2010”. Este proyecto giraba en torno a 4 ejes: competitividad, profesionalización, consumidores y emprendedores (Miranda Escolar y Fernández Morueco, 2020: 139). Aunque no disponemos de datos fiables para analizar los años 2020 o 2021, dado que estos han sido marcados por la pandemia ocasionada por la COVID-19, incidiremos en que el sector se sigue desarrollando como lo demuestra el intento de suplir las carencias con la creación del Máster Internacional en Gestión Comercial y Marketing del Enoturismo, una colaboración del Instituto de Enoturismo de España, ESIC y la Organización Mundial del Enoturismo². Este mismo crecimiento del sector está patente en afirmaciones de Miranda Escolar y Fernández Morueco como: “prácticamente en todas las regiones vitivinícolas del mundo se han desarrollado o se están iniciando políticas que promueven el enoturismo en sus respectivas áreas de influencia” (Miranda Escolar y Fernández Morueco, 2020: 141).

En el marco del desarrollo enoturístico, destaca la labor de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) con la elaboración de rutas del vino, una

¹ Según el último informe de COYUNTUR de 2020, anterior a la situación de alerta creada por la COVID-19, el turismo aportó en 2018 un 12,3% del total del PIB (Instituto de Turismo de España).

² <https://www.esic.edu/landings/master-internacional-en-gestion-comercial-y-marketing-del-enoturismo>

de las iniciativas que pretende impulsar el sector. En el informe de 2019 (Rutas Vino de España, 2019), la visita a las bodegas resultó ser la primera actividad realizada por los enoturistas. En definitiva, el sector enoturístico está en proceso de conseguir su pleno apogeo y precisa, para lograrlo, de actores formados para afrontar los retos que se presentan. Estos nuevos profesionales deberán poseer conocimientos muy específicos y dispares entre los que se encuentra el conocimiento de las lenguas extranjeras.

Pragmática y didáctica de las lenguas

El juego ha sido y es fundamental en el aprendizaje comunicativo de las lenguas extranjeras. Arias Corrales afirmaba que “el juego está provisto de una dimensión individual (el jugador) y de una dimensión social y cultural en la que intervienen al mismo tiempo la lengua en cuestión y el significado” (Arias Corrales, 2014: 266). Como podemos leer en Tusón Valls (2015: 55), Wittgestein destaca los juegos de lenguaje afirmando que: “aprender una lengua no es otra cosa que apropiarse de una serie de conjuntos de reglas que nos permiten llevar a cabo diferentes juegos de lenguaje” (Tusón Valls, 2015: 55). Cabe destacar estas afirmaciones en tanto que aportan una nueva visión que ya no considera al estudiante como un recipiente vacío que el profesor debe rellenar con conocimientos, sino que se concibe la lengua como conjunto maleable, que el estudiante perfeccionará por medio del propio uso de esta. Esta concepción da paso a enfoques pragmáticos y discursivos que, a su vez, han llevado a la creación de la metodología comunicativa. Esta metodología deja de lado la creencia en una norma universal que los estudiantes deben aprender y se centra en el uso de la lengua y en los contextos de comunicación particulares (Martínez et al., 2015: 75). Tusón Valls califica así el aprendizaje comunicativo de las lenguas extranjeras:

(...) y como mejor se aprenden los juegos es, precisamente, *jugando*, participando en ellos de forma activa, es decir, nos encontramos de nuevo con otra manera de plantear el mismo tema que de forma recurrente ya hemos ido presentando. Hablar, usar una lengua es aquello que nos permite participar en la vida social y, a la vez, construirla. (Tusón Valls, 2015: 55)

La esencia del enfoque comunicativo reside en la competencia comunicativa que a su vez está formada por un conjunto de subcompetencias formuladas por Canale: competencia gramatical, competencia sociolingüística, competencia discursiva y competencia estratégica (en Encabo y pastor, 1999: 42). Encabo y Pastor sintetizan la competencia discursiva como: “conocimiento de las relaciones entre los diferentes elementos de un mensaje y al dominio de las normas de combinación de dichos elementos de acuerdo con los diferentes tipos de textos” (Encabo y Pastor, 1999: 42). Como consecuencia, el enfoque comunicativo requiere de un amplio conocimiento de los géneros textuales para manejar las situaciones comunicativas y sus elementos pragmática en el entorno social.

Para participar en la actividad en sociedad, se hace necesario poseer un conjunto de habilidades y saberes enumerados por Aristi: saberes, saber entender, saber estar, saber hacer, saber aprender, saber vivir en sociedad³ (Aristi, 1983: 182). Estas competencias adquiridas requieren una adaptación y una apertura por parte del estudiante que entra en contacto con la sociedad. En ella crece hasta conseguir la interculturalidad definida por Galisson como: “L’interculturel en contexte européen oblige à penser et à comprendre l’Autre, en essayant d’approfondir, en les conscientisant, les analogies avec Lui, rechercher le semblable chez l’Autre ”. (Aristi, 1983: 182)

³ Traducción propia

Tener en cuenta la sociedad, las culturas ajenas y hacer un uso de ese conocimiento para un fin comunicativo, son los factores que han impulsado el enfoque pragmático en la didáctica de las lenguas extranjeras. Así pues, el aprendizaje por medio del dominio de los géneros textuales se ha convertido en una opción metodológica. La definición de género textual de Isabel García Izquierdo pone en evidencia su utilidad para una finalidad didáctica en varios aspectos:

“El género se concibe como un constructo (Monzó, 2002), una abstracción que representa una interfaz entre el texto y el contexto; una categoría que, lejos de ser estática, puede cambiar en función de diferentes parámetros culturales y socioprofesionales. Y este carácter cambiante permite, por una parte, explicar las dificultades de clasificación de algunos géneros (aquellos que están menos convencionalizados) y, por otra, nos permite validar clasificaciones abiertas por ámbitos socioprofesionales con finalidad investigadora que podrán (y deberán) ir actualizándose de acuerdo con la dinámica propia de cada ámbito”. (García Izquierdo en Pascual Cabrerizo, 2016: 41)

En primer lugar, el género textual permite el paso entre el texto, una unidad estudiada durante el aprendizaje de la lengua extranjera, y el contexto, es decir, la sociedad. En segundo lugar, la autora recalca su naturaleza cambiante, es decir: el género textual siempre se actualiza el género textual se actualiza constantemente, lo que obliga al profesor a hacer lo propio para transmitir los conocimientos al alumno al mismo tiempo que la sociedad influye en él.

La definición de género textual que propone Hurtado Albir se encuentra entre las más citadas: “Los géneros son agrupaciones textuales pertenecientes a un mismo campo y modo textual, con una misma función, con emisores y receptores particulares, y con características textuales convencionales, especialmente de macroestructura y de formas lingüísticas fijas”. (Hurtado Albir en Pascual Cabrerizo, 2016: 42-43)

Esta caracterización del género textual enfatiza la fijeza de ciertos elementos del género textual, como su estructura global y sus elementos lingüísticos. También insiste en el contexto social y pone de manifiesto la necesidad de tener en cuenta a actores de la comunicación, emisores y receptores.

Ambas definiciones conforman una idea que ayuda a comprender los beneficios del aprendizaje de la lengua extranjera a través del género textual: el género textual posee elementos fijos que permiten su localización y su aprendizaje al mismo tiempo que, por la relación que mantiene con la sociedad cambiante, muestra un carácter maleable. Esta conexión entre sociedad y aula promueve el aprendizaje de situaciones comunicativas y ayuda al estudiante a lograr su objetivo: desenvolverse en la comunicación.

Sin embargo, dentro de los géneros textuales, cabe señalar que estos pueden pertenecer a distintos ámbitos de la comunicación, ya sean más generales (la vida cotidiana, por ejemplo) o situaciones específicas (propias de un oficio). Ese es el caso de la *visita guiada de una bodega*, un género textual que pertenece al entorno específico de la comunicación enoturística. Para entenderlo, la definición de texto especializado⁴ es relevante para contextualizar la visita guiada de una bodega dentro de los textos especializados:

“(…) podem definir operativament el text especialitzat com aquella producció lingüística que serveix per expressar i transmetre coneixement especialitzat, que té una sèrie de característiques lingüístiques -entre les quals destaquen les relatives al lèxic especialitzat- que li atorguen unes especificitats dins del conjunt de textos produïts en una llengua, i que presenta un conjunt de característiques pragmàtiques determinades pels elements específics del seu procés comunicatiu

⁴ Consideramos las producciones orales del mismo modo que las producciones escritas dentro del concepto de texto

(fonamentalment els interlocutors, pels també el tema i la situació comunicativa)” (Domènech en Pascual Cabrerizo, 201: 82-83).

El conocimiento especializado da lugar a la existencia de textos especializados. Estos constan, a su vez, de elementos pragmáticos específicos. Nuestro texto, *visita guiada de una bodega*, presenta un conocimiento especializado, un proceso de vinificación complejo, que se simplifica para hacerlo accesible al público general. Por lo tanto, dentro de los elementos pragmáticos, constatamos que el emisor es especialista, pero su interlocutor no. Para transmitir el conocimiento es fundamental que las características del género textual faciliten la transferencia del saber. En definitiva, el texto *visita guiada de una bodega* posee características cercanas al texto especializado, pero ha sido simplificado para su difusión entre un público menos instruido, deseoso de aprender. Para entender en qué medida el modelo de texto *visita guiada de una bodega* se aleja del texto especializado, hemos recurrido a las características que le atribuyen Recorder y Cid (en Pascual Cabrerizo, 2016: 84). Para ellos, la primera particularidad del texto especializado es que el tema es tratado sin intención de banalizarlo. Al contrario, para que el modelo de texto *visita guiada de una bodega* sea efectivo, su simplificación resulta imprescindible. Además, Recorder y Cid (en Pascual Cabrerizo, 2016: 84) recalcan que tanto emisor como receptor deben ser especialistas, ya sea en mayor o menor medida. En nuestro caso, el receptor puede, o no, ser conocedor del tema. Aun así, el público destinatario siempre estará compuesto por personas en proceso de aprendizaje de la materia, por lo que estos autores consideran esta situación como “comunicación didáctica o medianamente especializada” (Recorder y Cid en Pascual Cabrerizo, 2016: 84). Este público también es peculiar en el sentido en que su rol es pasivo ante el conocimiento que se le presenta. En ocasiones, es probable que no comprenda todo el contenido que el emisor pretende transmitir, ya sea por falta de conocimiento de la terminología, por omisión de fases del procedimiento demasiado complejas o por la falta de experiencia necesaria en la aplicación de lo aprendido: es lo que denominan “divulgación especializada” (Recorder y Cid en Pascual Cabrerizo, 2016: 84). Otra parte de la caracterización en la que coinciden el texto especializado y el texto *visita guiada de una bodega* es el punto de vista, ya que puede variar entre teórico, experimental y aplicado según el enfoque decidido por la bodega y el encargado de guiar la actividad. En resumen, el modelo de texto *visita guiada de una bodega* puede considerarse especializado, si bien cuenta con algunas especificidades que, a nuestro modo de ver, lo hacen ideal, como género textual, para su uso en el aula de lengua extranjera. Por ejemplo, este texto enoturístico tiene la ventaja de acercar al alumno a la cultura vitivinícola; además, gracias a la simplificación léxica y de conceptos, el público inexperto en la materia puede acceder más fácilmente a su contenido. De hecho, la cultura vitivinícola está muy presente históricamente en la sociedad española, como lo demuestran los estudios de Miguel Ibáñez Rodríguez (2020) sobre su presencia en libros como el *Libro de los Secretos de Agricultura* de Miguel Agustín, fechado en 1749. Por ello, conviene definir qué elementos de esta cultura resultan de interés para el estudiante del español como lengua extranjera⁵. A continuación, explicaremos el género textual *visita guiada de una bodega*, su interés para la didáctica de las lenguas extranjeras y sus limitaciones.

Análisis del género textual *visita guiada de una bodega*

⁵ En este caso nos referimos al español porque dicho texto pertenece a la cultura vitivinícola española

La visita guiada, un género textual para la didáctica de las lenguas extranjeras

En esta propuesta defendemos la adecuación de las particularidades de la visita guiada como género textual para la enseñanza de lenguas extranjeras. De manera general, la visita guiada de una bodega se sitúa dentro del macrogénero enoturístico. Concretamente, según la clasificación de Bustos Gisbert (en Pascual Cabrerizo, 2016: 38), podemos ubicarlo en el tipo de texto descriptivo, evidenciando que se prioriza la función representativa. En este tipo de texto existe un todo (descripción de la bodega) dividido en partes (descripción de las diferentes estancias de la bodega), predominan los conectores aditivos y los localizadores (esencialmente espaciales). Además, se aprecia una progresión temática constante a través del proceso de vinificación y su estructura se corresponde perfectamente con un planteamiento de lo que se va a describir (la bodega), sucedido por la expansión de dicho tema (descripción de cada parte de la bodega con las acciones que ahí se realizan). Esta estructura, tan precisa, que detallaremos en el anexo 1 del presente trabajo, permite un trabajo orientado en el aula hacia la elaboración (o deducción, según la metodología de enseñanza) de una macroestructura que encauza el trabajo del estudiante a la vez que le permite cierta libertad creativa.

Como hemos explicado anteriormente, el texto visita guiada de una bodega puede incluirse dentro de la categoría de texto especializado aún con reservas, debidas a algunas divergencias. Estas disensiones son las que nos permiten situarlo en un bajo grado de especialización (Pascual Cabrerizo, 2016: 84-85), de ahí su interés para el aprendizaje de las lenguas extranjeras. Además, hemos mencionado anteriormente que el léxico, aunque portador de terminología específica, se facilita al público para cumplir el propósito de la visita a la bodega: vivir una experiencia inmersiva en la cultura vitivinícola. En este sentido, Pascual Cabrerizo ya señalaba que el texto enoturístico, dentro del que se incluye la visita guiada de una bodega, es una confluencia de dos lenguas de especialidad: la lengua del turismo y la lengua de la vid y el vino. La visita guiada de una bodega comparte características pragmáticas de la lengua turística. Para comenzar, la comunicación se da entre un profesional y un cliente, en este caso, un turista. Además, la comunicación turística suele requerir de preparación previa (Pascual Cabrerizo, 2016: 111) y, dado su objetivo persuasivo, recurre a un registro más informal (Pascual Cabrerizo, 2016: 111). Desde el punto de vista lingüístico, Mira Rueda destacaba la abundancia de elementos descriptivos, la presencia tanto de subjetividad como de objetividad dentro del discurso del emisor, la abundancia de elementos sensoriales, la presencia de calcos y préstamos, el uso recurrente de la primera persona del plural y la abundancia de formas locativas, entre otras. Las que hemos seleccionado corresponden plenamente al género visita guiada de una bodega en el que se describe ampliamente la actividad de la bodega, recurriendo a elementos sensoriales (sobre todo si se produce una cata) y formas locativas (situando así las actividades en los diferentes entornos de la bodega). El emisor describe, tanto objetiva como subjetivamente, la bodega y sus procesos ya que, por una parte, debe transmitir el proceso de vinificación y, por otra, quiere promocionar su bodega como exclusiva dentro de su sector. En cuanto a la lengua de la vid y el vino, Miguel Ibáñez la define como: “(...) aquella que es expresión y portadora del saber vitivinícola e instrumento básico de comunicación entre los especialistas del sector (viticultores, enólogos, ingenieros agrónomos, catadores, sumillers, etc.) y entre estos y el público no especializado”. (Ibáñez Rodríguez en Pascual Cabrerizo, 2016: 118). De nuevo, constatamos que la visita guiada de una bodega recurre a la lengua de la vid y el vino para transmitir el conocimiento vitivinícola entre especialistas y público no especializado: los turistas. En un enfoque lingüístico, Ibáñez Rodríguez destaca que los textos especializados

vitivinícolas presentan una morfosintaxis sencilla (Pascual Cabrerizo, 2016: 120), aplicable también al texto que aquí describimos.

En resumen, de la unión de los ámbitos turístico y vitivinícola resulta la creación del enoturismo, un híbrido en un marco comunicativo único, descompuesto por Pascual Cabrerizo en cinco fases: creación de producto, desarrollo, promoción/información, gestión de clientes y experiencia (Pascual Cabrerizo, 2016: 144). Para la investigadora, la visita guiada es un texto relacionado con la gestión de clientes (Pascual Cabrerizo, 2016: 147), fase en la que el turista adquiere mayor protagonismo.

Si bien todas las características mencionadas previamente son imprescindibles para entender el género textual visita guiada de una bodega, didactizarlo requiere un enfoque pedagógico más que lingüístico. Con este propósito hemos creado el modelo didáctico de la visita guiada de una bodega según las observaciones de Bronckart sobre los géneros textuales dentro del interaccionismo sociodiscursivo (Bronckart, 2004). Esta tabla, anexo 1 de esta publicación, es una adaptación de la original presentada por Guimarães-Santos (2019: 159-162). De ella, se extraen diversas apreciaciones fundamentales y, a modo de síntesis sobre este género textual, cabe destacar que:

- No existe un intercambio real de los turnos de palabra, ya que el destinatario solo interactúa en el caso de querer obtener más información o tener dudas sobre el contenido del discurso del enunciador. El género textual visita guiada de una bodega contempla poco la participación del público que se ve comprometido a esperar para no molestar o interrumpir. El guía ejerce de moderador de la interacción y de su actitud dependerá la facilidad de participación del público.

- Aun así, tal y como afirma Bronckart (2015: 110), la situación es poligestionada en la medida en que todas las personas implicadas construyen el discurso en mayor o menor grado.

- La visita guiada de una bodega es un texto que presenta una oralidad ficticia dado que es escrito antes que oralizado, es decir, es planificado con antelación por el enunciador que lo declamará para aparentar naturalidad (Bronckart, 2015: 112).

- Desde la perspectiva didáctica constatamos que, desde el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER), los saberes son organizados en torno a los actos de habla en los manuales. Austin fue el primero en distinguir tres actos en el proceso de comunicar: acto locucionario (emitir información), acto ilocucionario (pedir, preguntar, etc., acto perlocucionario (busca un efecto en el receptor) (en Lozano, 2010: 336). Más tarde, Searle (en Lozano, 2010: 339) retomaría esta teoría para modificarla y clasificar los tipos de actos de habla. Para adecuar nuestro estudio al MCER, hemos realizado un estudio preliminar de los actos de habla presentes dentro del género textual visita guiada de una bodega. En este caso destacan:

- Actos de habla asertivos: presentar la bodega, realizar un recorrido histórico desde su creación hasta el momento presente, explicar el proceso de vinificación, etc.;
- Actos de habla directivos: preguntar sobre algún vino o una parte del proceso, prohibir tocar, recomendar seguir el sentido de la visita, recomendar un vino;
- Actos de habla compromisorios: ofrecer una cata;
- Actos de habla expresivos: agradecer la visita, expresar las emociones provocadas por la cata de un vino;
- Actos de habla declarativos: no encontramos actos de habla de este tipo ya que el emisor no pretende cambiar la realidad.

Este estudio preliminar de los actos de habla que requerirían un aprendizaje en el aula pone de manifiesto que la mayoría son de tipo asertivo, por lo cual se presupone que la información será verdadera. Podemos presuponer que, si los actos de habla

mayoritarios son de tipo asertivo, la comunicación será más previsible, ya que se puede planificar con antelación y tiene menos riesgo de ser modificada por factores inesperados. En conclusión, este género textual es muy útil como paso del estudio de géneros textuales escritos, en los que no cabe la improvisación, al estudio de géneros textuales orales, en los que la situación de comunicación es imprevisible y dependiente de los actos de los actores que participan en ella. En este sentido, Bronckart (2015: 113) afirmaba que no existe una frontera clara entre textos orales y escritos. La visita guiada de una bodega constituye un término medio entre ambos, una suerte de frontera ficticia en beneficio del aprendizaje de la lengua extranjera. Además, no se trata de un género escolar, sino social (Bronckart, 2015: 113), lo que favorece el aprendizaje de la comunicación fuera del aula y, por lo tanto, la implicación del sistema escolar en el conjunto de la sociedad. Por ende, esta dimensión social implica una dimensión cultural que se traduce aquí en el aprendizaje de la cultura vitivinícola. De hecho, en el marco de la reforma en la enseñanza de las lenguas de la Suiza francófona, Bronckart propone que se enseñen los diálogos, los relatos y los discursos expositivos dentro del conjunto de géneros orales (Bronckart, 2015: 115).

Por ello, propondremos a continuación una serie de actividades y materiales que, sin suponer unidades didácticas completas y detalladas, pueden servir de inspiración y orientación a los docentes. Este proceder responde al deseo de no imponer y así flexibilizar la propuesta con el fin de su adaptación a la programación para cada nivel. Por supuesto, nuestro enfoque es el del aprendizaje por tareas promovido por el MECRL y por ello procederemos a continuación a proponer un conjunto de actividades orientadas a un público joven pero también adulto. Para cada nivel, propondremos un enunciado de tarea final, una serie de funciones comunicativas que son el objetivo para ese nivel, la descripción general de actividades y algunos comentarios. Los materiales y documentos auténticos que servirán de apoyo al conjunto se encuentran en el Anexo 2. Por último, queremos agradecer el gran trabajo de las Bodegas Vivanco, la Fundación Vivanco para la cultura del vino y su gran trabajo que nos permite, una vez más, difundir la lengua y la cultura de la vid y el vino.

Nivel A1

- Tarea final: Acudes con un amigo a las Bodegas Vivanco que conoces bien. Enséñale el lugar y describe brevemente las acciones de cada parte de la bodega
- Objetivos:
 - o Funciones comunicativas: saludar, entablar conversación con un amigo, presentar y describir un lugar y sus acciones
 - o Lingüísticos: el presente de los verbos, adjetivos para la descripción y el estado de objetos y lugares
 - o Socioculturales: la cultura vitivinícola
- Actividades:
 - o Actividad de introducción para conocer los gustos de los estudiantes respecto a vino, experiencias vitivinícolas vividas, conocimiento de una bodega y su funcionamiento
 - o Comprensión oral a partir de los vídeos de la visita virtual de las Bodegas Vivanco para conocer la cultura vitivinícola, identificar las partes de la bodega y el léxico vitivinícola fundamental para la tarea final
 - o Expresión escrita: notas para describir las partes de la bodega
 - o Expresión oral a través de la tarea final
- Comentarios: esta actividad requiere de una comunicación básica con un bajo grado de improvisación ya que, planificando de antemano la visita a la bodega,

el estudiante puede preparar su discurso. Esa planificación le proporciona confianza.

Nivel A2

- Tarea final: Usted trabaja en la taquilla de las Bodegas Vivanco. Acoge a los clientes, les cobra la visita si no ha sido pagado previamente por internet y les muestra un plano del lugar para orientar su visita a través de los diferentes espacios. No olvide indicar los datos de interés como, por ejemplo, donde se encuentra la cafetería o el horario de la próxima cata.
- Objetivos:
 - Funciones comunicativas: saludar a un cliente, realizar intercambios breves (cobrar), dar indicaciones de lugar, dar consejos, informar de actividades
 - Lingüísticos: saludos, precios, indicaciones de lugar, aconsejar/sugerir/recomendar/lo mejor es + infinitivo, repaso de adjetivos, repaso de verbos en presente, léxico básico de las partes de una bodega, un museo, un lugar público
 - Socioculturales: las bodegas españolas, cultura vitivinícola
- Actividades:
 - Actividad de introducción para conocer los gustos de los estudiantes respecto a vino, experiencias vitivinícolas vividas, conocimiento de una bodega y su funcionamiento
 - Comprensión oral: descubrimiento de las Bodegas Vivanco a través de visita virtual (que incluye vídeos). Ejercicios de comprensión sobre el vídeo de presentación de la Fundación Vivanco (no incluido en la visita virtual)
 - Expresión escrita: Recrear el plano general del edificio (ejercicios para situar entrada, enotienda, cafetería, restaurante, museo, fundación y bodega)
 - Expresión oral a través de la tarea final
- Comentarios: como pista aclararemos que se puede obtener el plano del lugar a través de la opción “view floor plan” o incluso buscando y haciendo captura de pantalla de los planos que ayudan a los visitantes dentro del edificio. Por otro lado, los profesores deberán introducir ejercicios para el aprendizaje de los objetivos lingüísticos en función de si se trata de un repaso o de una lección independiente. Los estudiantes pueden utilizar las tecnologías para crear el plano (Paint, PowerPoint o Canva) o desarrollar las habilidades manuales de los estudiantes.

Nivel B1

- Tarea final: Eres guía en el museo Vivanco y diriges un grupo de visitantes a través de la exposición. Te detienes brevemente en los lugares fundamentales de la exposición para narrar la historia del vino. Respondes a algunas preguntas de tus visitantes.
- Objetivos:
 - Funciones comunicativas: guiar una visita, presentar un lugar, narrar hechos del pasado
 - Lingüísticos: pretérito perfecto de indicativo, pretérito indefinido, marcadores temporales, léxico vitivinícola básico.
 - Socioculturales: cultura vitivinícola
- Actividades:

- Actividad de introducción para conocer los gustos de los estudiantes respecto a vino, experiencias vitivinícolas vividas, conocimiento de una bodega y su funcionamiento
- Comprensión oral y escrita: actividades de comprensión del texto y vídeos de la visita virtual del museo Vivanco
- Expresión escrita: resumen y notas de los datos fundamentales que serán utilizados para la visita guiada
- Expresión oral a través de la tarea final
- Comentarios: el enfoque se reduce al museo Vivanco por lo que el docente tendrá que guiar el estudiante hacia él en la visita virtual. Se pueden leer los paneles y ver vídeos desde la visita virtual. El profesor podrá incluir actividades para trabajar los objetivos lingüísticos si estos no han sido abordados previamente. Es interesante que este trabajo se lleve a cabo por grupos, y que los estudiantes sean los propios visitantes para poder plantear preguntas a sus compañeros.

Nivel B2

- Tarea final: usted trabaja en la enotienda de las Bodegas Vivanco. Reciba a los clientes, infórmeles sobre los vinos que vende (tipo de vino, añada, particularidades, historia, precio, etc.). Oriéntelos a la cata que usted dirige. Cate y describa un vino en directo.
- Objetivos:
 - Funciones comunicativas: comunicar con el cliente, informar, aconsejar y vender un producto, dirigir una cata, expresar ruegos, deseos y sentimientos
 - Lingüísticas: verbos de opinión, verbos y adjetivos de sentimientos, imperativo, figuras retóricas, oraciones condicionales, repaso de pretérito perfecto de indicativo, pretérito indefinido, repaso de marcadores temporales
 - Socioculturales: cultura vitivinícola
- Actividades:
 - Actividad de introducción para conocer los gustos de los estudiantes respecto a vino, experiencias vitivinícolas vividas, conocimiento de una bodega y su funcionamiento
 - Comprensión escrita y oral de notas de cata a partir de algunos vinos presentados en la web de las Bodegas Vivanco
 - Documentación: visita virtual de la enotienda para situar e informarse sobre los vinos que posee
 - Expresión escrita: creación de fichas con la información sobre cada vino y para la cata
 - Expresión oral a través de la tarea final
- Comentarios: la web de las Bodegas Vivanco ofrece enlaces como el que se propone dentro del apartado de materiales. La página propuesta se compone de varias secciones interesantes para su aprovechamiento didáctico desde vídeos que presentan el vino o que lo relacionan con obras de arte hasta notas de cata e incluso comentarios de opinión de los clientes. El profesor deberá decidir si introduce ejercicios para lograr los objetivos lingüísticos, primero de deducción a través del material propuesto, y después de práctica y consolidación. Además, en la fase de preparación se puede incitar a los estudiantes a jugar con el lenguaje y las figuras retóricas para dar rienda suelta a su creatividad lingüística. Por último, es interesante, aquí también, que los propios estudiantes actúen

como clientes planteando preguntas y recreando así una situación fiel a la realidad.

En su conjunto, hemos propuesto actividades enfocadas a lograr o consolidar los objetivos propios de cada nivel y teniendo en cuenta que, posiblemente, el público no sea conocedor de la temática. Sin embargo, también se pueden introducir otras actividades de mediación que requieran al estudiante, por ejemplo, que busque para un amigo una bodega de su país que se pueda visitar virtualmente, que traduzca puntualmente alguna parte de la visita para un turista que no hable español dentro del grupo, etc.

Para terminar, hay que destacar la cohesión de todas las actividades en torno a un mismo museo, las bodegas Vivanco, lo cuál permite trabajar la misma temática en distintos niveles. Todos los estudiantes están conectados por el mismo lugar, pero, al mismo tiempo, cada curso trabaja un aspecto diferente. Los materiales y las experiencias que se crean aquí pueden dar lugar a un evento organizado por los profesores de francés en el establecimiento que permita a los estudiantes interactuar entre ellos. Por ejemplo, los estudiantes de nivel A2 acogerán al resto de grupos y simulan la situación ensayada. Al final, pueden orientarlos hacia el museo dónde los estudiantes de nivel B1 tomarán el relevo. A continuación, los alumnos de nivel A1 presentarán la bodega y, por fin, los estudiantes de B2 mostrarán los vinos de la enotienda y organizarán una cata. Para no inducir al consumo de alcohol, se puede sustituir un vino por un mosto⁶.

Conclusiones

Actualmente se acepta ampliamente el estudio de la lengua extranjera a través de los géneros textuales para lograr el manejo de distintas situaciones comunicativas en torno al estudiante. Esta es una corriente de pensamiento que ha influenciado la didáctica de las lenguas extranjeras a través de los estudios de autores como Bronckart. Asimismo, la cultura vitivinícola es parte de la Cultura de varias naciones que la han integrado a sus tradiciones, por lo que no sorprende que también esté presente en los contenidos culturales que acompañan la enseñanza de la lengua extranjera. En el presente estudio hemos demostrado que, para lograr la inclusión del género textual vitivinícola en la didáctica de una lengua extranjera, se deben tener en cuenta varios factores:

- Los estudiantes pueden mostrar mayor interés por géneros textuales que encontrarán en su entorno personal o profesional o que formen parte de sus pasatiempos. En este sentido cabe preguntarse si el género textual *visita guiada de una bodega* debe plantearse en el aula como un género particular dentro de los expositivos o si, al contrario, es mejor reservarlo para la enseñanza con fines específicos.
- La enseñanza basada en el aprendizaje de los géneros textuales implica que el docente debe conocer y dominar dicho género textual con anterioridad. Deberá atender a distintos factores según el nivel de lengua, el conocimiento previo del elemento cultural o el grado de especialización del género textual. Esta metodología puede requerir un alto grado de formación. El docente debe valorar si la novedad podría influir positivamente en su práctica o si, al contrario, debe limitarla a momentos concretos del aprendizaje.

⁶ Actividad que las propias Bodegas Vivanco realizan con los menores de edad.

- Toda metodología, sin importar la base que la sustente, debe buscar la coherencia global del proceso para que, de manera progresiva, el alumno adquiera el conocimiento en cuestión. Como ya hemos mencionado anteriormente, el MCER pretende controlar la metodología garantizando su pertinencia, progresividad y coherencia. Para ello, toma los actos de habla como medida de conocimiento. En consecuencia, el docente deberá reflexionar sobre los actos de habla que entran en juego en los géneros textuales que presentará, buscando la progresión y la coherencia, unas veces introduciendo actos de habla nuevos y otras retomando aquellos que se hayan estudiado con anterioridad y sea interesante repasar en un contexto diferente. En todo caso, la coherencia global prima sobre el interés de un género textual en concreto y los actos de habla no son la única referencia que se debe tener en cuenta. A lo largo de este estudio, hemos demostrado la relevancia de los géneros textuales escritos y orales y hemos constatado que la *visita guiada de una bodega* es un género textual fronterizo que posee rasgos comunes con la oralidad y la escritura.

- Desde la perspectiva lingüística, el profesor también debe valorar las dificultades léxicas, gramaticales y culturales que conllevan ciertos géneros textuales en función de los actos de habla, su macroestructura, el registro más o menos formal, etc. En la *visita guiada de una bodega*, su pertenencia a la categoría de texto especializado es relevante para su elección en la didáctica de las lenguas extranjeras.

- En el enfoque de este trabajo, hemos preferido recurrir a un género textual oral y que conlleva la presencia física de los actores. Non obstante, debemos constatar el progreso de las tecnologías y de las redes sociales en todos los sectores de la sociedad. El sector enoturístico no escapa a este cambio tecnológico y se aprecia la comunicación online desde hace algunos años como lo demuestra el trabajo de Matellanes Lazo (2014). Por lo tanto, aunque no lo hemos tenido en cuenta en este trabajo, no conviene olvidar que la comunicación online está omnipresente.

Como hemos deducido de este trabajo, el manejo de los géneros textuales en el contexto de la enseñanza/aprendizaje de una lengua extranjera conlleva tanto beneficios como factores que hacen que su uso deba ser meditado previamente. Entre sus ventajas contamos con que poseen una macroestructura, que puede ser abordada de manera deductiva o inductiva, pero que el estudiante reconocerá gracias a nuestra capacidad innata para identificar los géneros textuales. Una vez aprendidas y controladas las claves de dicha estructura, el aprendiente siente la seguridad que le proporciona una estructura que maneja y cuya utilidad es clara⁷. Asimismo, el estudiante puede moldear ese género textual según sus necesidades comunicativas, modificándolo a través de la lengua.

En conclusión, el género textual *visita guiada de una bodega* aporta originalidad a la enseñanza de lenguas extranjeras. Entre sus ventajas contamos con la gran carga cultural que comporta, el acceso que confiere a los macrogéneros textuales expositivos, así como su capacidad de traspaso del texto escrito al texto oral. Su originalidad favorece la captación de la atención de los estudiantes y podría incluso resultar idónea según el perfil del mismo, si se tratase, por ejemplo, de estudiantes de turismo o marketing enfocado al sector vitivinícola.

⁷ Los géneros textuales proporcionan acceso a ciertas esferas y comportamientos sociales. Por ejemplo, si uno aprende el formato de una reclamación accede al derecho a ser reembolsado o a que su producto se cambie por otro.

Referencias bibliográficas

ARIAS CORRALES, I., 2014. El concepto de juego en la enseñanza de lenguas extranjeras. *Revista de Lenguas Modernas*, 0(20), pp. 259–273.

ARISTI, D., 1983. L'enseignement du culturel et de l'interculturel dans la classe de français langue étrangère. *Synergie Pologne*, pp. 180–185.

BRONCKART, J.-P., 2004. *Actividad verbal, textos y discursos: Por un interaccionismo socio-discursivo*. Madrid, Fundación Infancia y Aprendizaje.

BRONCKART, J.-P., 2015. “La enseñanza de las lenguas desde una perspectiva discursiva”. En Lomas, C. (ed.), *Fundamentos para una enseñanza comunicativa del lenguaje*. Barcelona, Grao, pp. 95–120.

ENCABO, J. M. L., & Pastor, I. S., 1999. El enfoque comunicativo en la enseñanza de lenguas. Un desafío para los sistemas de enseñanza y aprendizaje abiertos y a distancia. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 2(2), pp. 40–58. <https://doi.org/10.5944/RIED.2.2.2077>

GUIMARÃES-SANTOS, L., 2019. “Enseigner la production écrite en FLE à travers le genre textuel de l'itinéraire de voyage: réflexions sur l'utilisation de textes authentiques”. En M. Jacquin, M., SIMONS, G. y DELBRASSINE, D. (eds.), *Les genres textuels en langues étrangères: entre théorie et pratique*. Berne, Peter Lang CH, pp. 149–176. <https://doi.org/10.3726/b15049>

IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M., 2007. La comunicación vitivinícola: vino, lengua y traducción. *Bulletin de l'OIV: Revue Internationale de Viticulture, Oenologie, Economie, Droit Viti-Vinicole*, 80(911), pp. 77–96.

INSTITUTO DE ENOTURISMO DE ESPAÑA, 2019. *Día Mundial EnoTurismo 2019*. Disponible en: <https://enoturismodeespana.org/dia-mundial-enoturismo-2019/> [consultado el 12/01/2022]

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA, 2020. *Coyuntur: boletín de Coyuntura Turística*. N°35 disponible en: <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/InformesCoyuntur/Coyuntur%2035.pdf> [consultado el 15/12/2021]

LOMAS, C., 2015. *Fundamentos para una enseñanza comunicativa del lenguaje*. Barcelona, Grao.

LOZANO, E., 2010. La interpretación y los actos de habla. *Mutatis Mutandis. Revista Latinoamericana de Traducción*, 3(2), pp. 333–348.

MATELLANES LAZO, M., 2014. Social Media en el sector del enoturismo. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 0(34), pp. 34–49. <https://doi.org/10.15198/seeci.2014.34.34-49>

MARTÍNEZ MONTES, G. T., López Villalva, M. A., & Gracida Juárez, Y., 2015. “El enfoque comunicativo”. En Lomas, C. (ed.), *Fundamentos para una enseñanza comunicativa del lenguaje*, Barcelona, Grao, pp. 75–94.

MIRANDA ESCOLAR, B., y Fernández Morueco, R., 2020. Vino, turismo e innovación: las Rutas del Vino de España, una estrategia integrada de desarrollo rural. *Studies of Applied Economics*, 29(1), pp. 129–164. <https://doi.org/10.25115/eea.v29i1.3935>

PASCUAL CABRERIZO, M., 2016. *El texto enoturístico* Valladolid: Universidad de Valladolid. <https://doi.org/10.35376/10324/16845>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2021. *La RAE presenta las novedades del “Diccionario de la lengua española” en su actualización 23.5*. disponible en: <https://www.rae.es/noticia/la-rae-presenta-las-novedades-del-diccionario-de-la-lengua-espanola-en-su-actualizacion-235> [consultado el 12/01/2022]

RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA, 2019. *Análisis de la demanda turística. Rutas del Vino de España 2018-2019*. Disponible en: <https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2021/04/analisis-demanda-turistica-2018-2019.pdf> [consultado el 12/01/2022]

TUSÓN VALLS, Á., 2015. “El estudio del uso lingüístico”. En Lomas, C. (ed.), *Fundamentos para una enseñanza comunicativa del lenguaje*. Barcelona, Grao, pp. 25–74.

Anexo 1

Tabla que recoge el modelo didáctico aplicado al género textual *visita guiada de una bodega* según el interaccionismo socio-discursivo de Bronckart (2004) y que parte de la adaptación de la tabla de Guimarães-Santos (2019: 159-162):

CONTEXTO DE PRODUCCIÓN	
Enunciador (¿Quién lo produce?)	Este texto oral es ideado por el empleado encargado de realizar la visita. Este empleado debe conocer a la perfección todos los lugares de la bodega, así como los diversos procesos que se llevan a cabo en ellos. Por ello, a menudo es el propio enólogo de la bodega quien hace estas visitas en el caso de pequeñas bodegas. No se suele explicitar quién ha ideado ese texto salvo que cuente con la colaboración de alguna celebridad del sector. El enunciador posee el rol preestablecido de guía.
Destinatario (¿A quién se dirige?)	Las visitas guiadas se dirigen, por lo general, a un público adulto poco conocedor o aficionado a la cultura vitivinícola, si bien existen algunas excepciones en las que la cata puede estar pensada para un público especializado, o algunas visitas que se pueden realizar en familia, es decir, con menores de edad. Se presupone que el interlocutor no conoce aún la bodega y tiene interés por conocer sus particularidades. Los destinatarios poseen el rol preestablecido de seguidores del guía.
Lugar (¿Dónde?)	El lugar es especialmente importante, ya que el objetivo de la visita guiada es conocer el lugar, la bodega. En este espacio, coinciden el enunciador y el destinatario ⁸ y el texto es un apoyo para explicar la organización y la función de cada uno de estos. A pesar de la copresencia de ambos en el mismo espacio, este texto no se caracteriza por el intercambio de los turnos de palabra, ya que estos son poco frecuentes y coordinados por el enunciador. En el aula, a falta de

⁸ La copresencia del enunciador y del destinatario en un mismo espacio es una característica específica de la oralidad, según Bronckart (2015, pp. 109)

	poder reproducir una bodega, será necesaria una adaptación para contextualizar la actividad.
Objetivo (¿Por qué ?)	El objetivo de la <i>visita guiada de una bodega</i> es el de promocionarse, dar a conocer sus actividades y sus productos para su posterior venta. Por lo tanto, es necesario que el enunciador transmita la imagen de la bodega, ya sea por su carácter tradicional o innovador.
¿Cuándo ?	La información temporal es importante en cuanto a que las etapas de la visita pueden variar según la época del año y las actividades vitivinícolas que se lleven a cabo en ellas. Por ejemplo, la visita del viñedo puede ser especialmente enriquecedora durante la vendimia, pero improductiva durante el periodo de reposo de la vid en su ciclo vegetativo.
ESTRUCTURA GLOBAL	
Esquema global del contenido temático y presentación	El contenido sigue una estructura recurrente, enfocada según las fases del proceso de vinificación. Estas partes del texto suelen estar precedidas por una introducción en la que el enunciador aclara su estatus respecto a la bodega y al rol que desempeña frente a los destinatarios ⁹ . En esta misma introducción se recorre históricamente la creación y evolución de la bodega. Esta estructura puede variar según las actividades de la bodega (por ejemplo, si posee restaurante o museo) y según la época del año (como hemos indicado anteriormente).
Tipos de discursos	Discurso dialogado ¹⁰ , ya que el contenido se refiere al mundo actual que presencian tanto el enunciador como el destinatario. Según Bronckart, se trata del mundo de “exponer”, y se aprecia en el discurso

⁹ Bronckart aclara que es preciso, en la comunicación oral, que el intercambio comience por una “negociación” de los estatus (Bronckart, 2015: 111).

¹⁰ Según Bronckart, los tipos de discursos se organizan en dos dimensiones: exponer o narrar. En cada una de ellas se distinguen dos subcategorías: el discurso implicado y el discurso en autonomía. El discurso dialogado forma parte del mundo de exponer implicado. (J.-P. Bronckart, 2004 : 94-98)

	la implicación del enunciador en el texto por el uso de deícticos personales, temporales y espaciales. Sin embargo, Lomas (2015: 113-115) asegura que los géneros orales son, a menudo, híbridos en la medida en que presentan muchas características de los diálogos y en que influyen en ellos otros factores tales como la diferencia entre la oralidad y la naturalidad.
Secuencias	Encontramos secuencias descriptivas en las que se distingue una primera fase de presentación y contextualización histórica de la bodega en cuestión, varias etapas organizadas según el proceso de vinificación y, por último, una parte práctica en la que se cata el vino o incluso se disfruta de una comida en el restaurante. Aunque las secuencias son descriptivas, el conjunto transmite un efecto argumentativo, ya que, para promocionarse, el guía recalca las particularidades de la bodega y sus productos. Su objetivo es potenciar la admiración para convencer de la compra del producto. Aun así, no se observa una secuencia argumentativa propiamente dicha, ya que no se observa la estructura binaria argumentación-contrargumentación.
COHERENCIA TEMÁTICA	
Coherencia	Los conectores lógicos no son estrictamente necesarios para asegurar la coherencia del texto, si bien los organizadores temporales y espaciales resultan de vital importancia. Esto se debe a la función del texto como apoyo a la presentación visual de cada espacio y las actividades que en él se realizan. A pesar de ello, se sobreentiende que la visita sigue el orden cronológico de la vinificación.
Cohesión nominal	Densidad nominal baja, ya que priman la fluidez del discurso y su capacidad referencial a la exposición visual. Sin embargo, se aprecia una amplia adjetivación que permite caracterizar cada fase de la vinificación y transmitir la idea de excepcionalidad

	de estos procesos. Las decisiones léxicas que toma el enunciador son determinantes para cumplir el objetivo del texto.
Coherencia verbal	Se usan el presente de indicativo y el pretérito perfecto para la descripción de los espacios y de actividades pasadas, respectivamente. El empleo de estos tiempos refuerza la función referencial del texto a los estímulos visuales.
COHERENCIA PRAGMÁTICA	
Voz	El texto contiene referencias a las personas que participan en la creación y el funcionamiento de la bodega. Por lo tanto, los deícticos personales son referentes. De entre ellos, destaca el uso de la primera persona del plural, que incluye al guía dentro del funcionamiento de la bodega y lo legitima como autoridad que conoce bien el contenido de su texto.
Modalización	Apreciativa, ya que el texto insufla vida a los procesos que se llevan a cabo en la bodega, convirtiéndola en única respecto a la competencia e invitando al consumo de sus productos. El público tiene la sensación de pasar a pertenecer a un mundo exclusivo entre las paredes de la bodega que visita.

Tabla 1. Modelo didáctico del género textual *visita guiada de una bodega*

Anexo 2

Enlaces de los materiales y documentos que sirven de apoyo al desarrollo de las actividades propuestas.

- Visita virtual de las Bodegas Vivanco, su museo y su fundación:

<https://vivancoculturadevino.es/tour/visitas.php>

- Vino de las bodegas Vivanco:

<https://vivancoculturadevino.es/es/bodega/los-vinos/crianza/>

- Vídeo de presentación del museo Vivanco:

<https://vimeo.com/81548252>

A rellenar por el consejo editorial de redELE:

Fecha de recepción 26/04/2022

Fecha de aceptación: DD/MM/AAAA