

1. Sobre nosotros

María Loreto Cantón Rodríguez es Licenciada y Doctora en Filología Francesa. Profesora titular de la Universidad de Almería. Sus líneas de investigación agrupan dos áreas diferentes: la literatura francófona y las lenguas y discursos profesionales con especial atención al mundo del turismo y al de la empresa en FLE.

Rosario Lisciandro es Licenciado en Lenguas Modernas: Literaturas y Traducción (inglés y español) y doctor en Lenguas y Culturas: Teoría y Práctica de los Discursos por la Universidad de Córdoba. Actualmente, es profesor del Departamento de Filología y del Centro de Lenguas de la Universidad de Almería.

2. ¿Qué son las unidades fraseológicas?

Las unidades fraseológicas (UF) constituyen unidades léxicas formadas por dos palabras o por una oración completa y se caracterizan por fijación formal y semántica (Corpas Pastor, 1996: 20). Esto significa que para que una combinación pueda definirse como unidad fraseológica debe estar compuesta por, mínimo, dos palabras y, además, debe ser fija en la forma y en el significado (Penadés Martínez, 2012: 7). Ahora bien, ¿qué quiere decir que se caracterizan por tener fijación formal y semántica? La fijación formal se refiere a que una combinación no puede cambiar libremente, pues las palabras que componen la unidad fraseológica, que en lingüística llamamos elementos constituyentes, suelen ir siempre en el mismo orden y no se pueden sustituir por otras; por ejemplo, en la locución adverbial *a ojos vista* (claramente) no se pueden alterar las palabras, es decir, no podemos decir *a vista ojos* ni *a ojo visto*. Esta peculiaridad sintáctica hace que la unidad se cristalice, se fije, se congele tal y como está, sin alteraciones. Sin embargo, hay UF que presentan un grado menor de fijación y, por ello, permiten ciertos cambios en su forma sin perder su carácter propio. Este es el caso de las colocaciones, que admiten variaciones gramaticales como el número, el tiempo verbal o la inclusión de modificadores, siempre que se mantenga la combinación habitual entre la base y el colocativo (Koike, 2001). No obstante, estas modificaciones no son totalmente libres, ya que el uso de la lengua limita qué palabras pueden combinarse de manera natural; por ejemplo, si analizamos el adjetivo *rubio*, este se puede combinar solo

con algunos sustantivos, como *pelo* o *cerveza*, pero no podemos decir *jersey rubio*, sino *amarillo*, pues *rubio* es un adjetivo que, semánticamente, se relaciona con el color del pelo.

Hasta aquí hemos hablado de unidades fraseológicas, locuciones, colocaciones, pero hace falta poner un poco de orden y mencionar cuáles son las distintas unidades léxicas que encontramos en una lengua.

Corpas Pastor (1996) divide las UF del español en tres esferas: colocaciones, locuciones y enunciados fraseológicos. Las primeras dos no son enunciados completos, mientras que las últimas sí. Por lo tanto, las colocaciones son combinaciones de dos palabras que aparecen juntas de manera preferente por el uso (por ejemplo, una base y un colocativo), con una fijación solo parcial, ya que suelen permitir algunas variaciones gramaticales, aunque no admiten cambios libres en la elección de sus componentes, por ejemplo *tomar una decisión*, *cometer un error*, *lluvia intensa*, *odiar profundamente* y *fuerte dolor*.

Las locuciones, en cambio, son expresiones más fijas que funcionan como una unidad en la oración (por ejemplo, como un adverbio, un verbo, etc.) y cuya interpretación suele ser idiomática, como *meter la pata* (equivocarse); *estar en las nubes* (estar distraído); *de repente* (de forma inesperada); *a menudo* (con frecuencia) y *dar la cara* (afrontar una situación). Las locuciones se encuentran en el diccionario, a diferencia de las colocaciones.

La tercera esfera corresponde a los enunciados fraseológicos, que se diferencian de las anteriores porque sí constituyen enunciados completos; dentro de ellos, Corpas Pastor (1996) distingue paremias (como refranes, proverbios o sentencias) y fórmulas rutinarias, propias de la interacción social en situaciones previsibles (saludos, despedidas, agradecimientos, etc.), por ejemplo *Más vale tarde que nunca*. (paremia); *A quien madruga, Dios le ayuda*. (paremia); *Muchas gracias*. (fórmula rutinaria); *Hasta luego*. (fórmula rutinaria) y *Lo siento mucho*. (fórmula rutinaria).

Penadés Martínez (2012) retoma esta clasificación y lo explica también desde la idea de separar, de manera muy clara, las unidades que equivalen a un enunciado (paremias y fórmulas) de las que no equivalen a un enunciado y funcionan como parte de él (colocaciones y locuciones).

Otra clasificación es la realizada por Raquel Silva, Rute Costa y Fátima Ferreira recogida en Forte (2018: 98) que distinguen entre colocaciones terminológicas y unidades terminológicas

multilexémicas: “Les premières ont sans équivoque une fonction dénomminative alors que les secondes réunissent syntagmatiquement un ensemble de constituants, dont l’un ou un groupe exerce un pouvoir d’attraction morphosyntaxique et /ou sémantique sur l’ensemble d’autres constituants qui composent la collocation”.

3. Las colocaciones

Puesto que nuestro libro se centra en las colocaciones, hablaremos más detenidamente de ellas. Como hemos afirmado anteriormente, las colocaciones representan una categoría específica dentro de las unidades fraseológicas, definida por una coocurrencia recurrente y preferida de dos o más elementos léxicos. Corpas Pastor (1996) señala que se trata de asociaciones sintagmáticas de unidades léxicas cuya combinación, aunque parcialmente motivada por factores semánticos y gramaticales, no es absolutamente libre, sino regida por restricciones de uso y frecuencia (por ejemplo, “tomar una decisión”, frente a *“hacer una decisión” en español). Las colocaciones difieren de las expresiones idiomáticas en su grado de transparencia semántica: en las primeras, el sentido suele ser más comprensible a partir de sus componentes, aunque su selección resulta arbitraria para hablantes no nativos. Puesto que creemos que la clasificación de Corpas Pastor (1996) es clara, adoptaremos aquí su taxonomía con respecto a estas unidades. La autora distingue estos tipos de colocaciones del español:

1. V + S (sujeto): correr un rumor, declararse un incendio.
2. V + (prep. +) S (objeto): asestar un golpe, poner en funcionamiento.
3. Adj./S + S: momento crucial, visita relámpago.
4. S + prep. + S: banco de peces.
5. V + Adv.: negar rotundamente.
6. Adj. + Adv.: opuesto diametralmente.

En esta obra, nos centraremos únicamente en el segundo tipo, pues en él reside el mayor número de colocaciones.

4. Fraseología contrastiva español - francés

La fraseología comparada entre el español y francés nos permite, como docentes, analizarlas desde un punto de vista lingüístico y pragmático extrayendo elementos culturales de ambos países. Tal y como expone Solano Rodríguez (2008), ambos idiomas presentan similitudes y diferencias en la estructura, significado y uso de sus unidades fraseológicas, lo que se manifiesta especialmente en el ámbito de los refranes y las paremias. Por ejemplo, muchas unidades fraseológicas poseen equivalentes directos en cuanto a estructura y significado, como en *De tal palo, tal astilla* y *Tel père, tel fils*, mientras que otras muestran solo correspondencias conceptuales, reflejando realidades culturales propias, como *Un grano no hace granero, pero ayuda al compañero* y *Les petits ruisseaux font les grandes rivières*. La autora (2008) pone de relieve que la identificación y enseñanza de estas correspondencias resulta clave en la didáctica intercultural, ya que permite desarrollar no solo competencias lingüísticas sino también sensibilidad hacia la cultura propia y ajena. Sin embargo, no todas las unidades fraseológicas son traducibles literal o conceptualmente, lo que exige estrategias didácticas específicas basadas en la reflexión, el contraste y la contextualización de las expresiones en ambas lenguas. En este sentido, la fraseología se convierte en un espacio privilegiado para el desarrollo de la competencia intercultural y la mediación lingüística en contextos plurilingües (Solano Rodríguez, 2008).

Con respecto a las colocaciones, González Hernández (2010) lleva a cabo un estudio contrastivo entre las colocaciones del francés y su traducción al español. Se centra, principalmente, en aquellas unidades verbo-nominales y en la relación entre base y colocativo, demostrando que las principales dificultades de traducción no residen en el núcleo nominal, sino en la elección del verbo colocativo adecuado en español. Así, por ejemplo, la colocación francesa *faire appel à* no admite una traducción literal (*hacer apelación a*), sino equivalentes colocaciones como *recorrir* o *apelar a*, lo que evidencia el carácter idiomático y restringido de estas combinaciones léxicas.

En este sentido, el análisis contrastivo de las colocaciones resulta pertinente y adquiere una especial relevancia en el ámbito de la enseñanza de lenguas extranjeras, en el caso que nos atañe en las lenguas francés y español. Tal como pone de manifiesto González Hernández (2010), las divergencias colocaciones entre la lengua materna (L1) y la lengua meta (LM)

constituyen una fuente frecuente de interferencias y errores, especialmente en la producción escrita. De ahí que la enseñanza de la fraseología y, en particular, de las colocaciones, deba ocupar un lugar central en el desarrollo de la competencia léxica de los discentes, puesto que su dominio favorece un uso más natural de la lengua.

5. El léxico del turismo y la importancia de las colocaciones en su aprendizaje

El discurso del turismo, entendido como un ámbito de los discursos especializados, alcanza hoy día un gran auge ya que de su buen uso depende la promoción de destinos turísticos incluidos transporte, alojamiento, actividades, etc. Las características de este tipo de discurso ya se han puesto de manifiesto por numerosos investigadores (Calvi, 2009, Mourlhon-Dallies, 2011 o Durán Muñoz, 2012) argumentando, entre otras propiedades, que este discurso se caracteriza por un léxico específico utilizado para desarrollar diferentes competencias interculturales. A esto hay que añadir que los soportes tradicionales de la comunicación turística están dando paso a nuevas tendencias desarrolladas por las nuevas tecnologías y, en la actualidad, por el auge de la IA y de la IAG.

La enseñanza de la fraseología en general y en el ámbito del turismo en particular, en una lengua extranjera resulta sumamente importante porque permite al estudiante acceder al léxico en combinación. Como señala Leal Riol (2013), aprender unidades fraseológicas no implica únicamente comprender su significado, sino también conocer los aspectos fonéticos, morfosintácticos, discursivos, pragmáticos y socioculturales que regulan su uso en contextos reales de comunicación. Estas unidades fraseológicas desempeñan un papel clave en la interacción diaria, ya que ayudan a organizar el discurso, expresar actitudes, emociones y valoraciones, y actuar de manera natural en situaciones comunicativas previsibles, acercando al alumnado a la lengua hablada por los nativos.

Nuestro interés en este libro es hacer hincapié en la importancia de las colocaciones dentro de este campo de estudio. Los estudiantes no son plenamente conscientes de que su uso y práctica puede conducirles a una comunicación más eficaz y culturalmente apropiada en su futuro profesional.

Existen algunos textos sobre colocaciones en el léxico del turismo comparando diferentes idiomas. En este sentido, podemos destacar el *Diccionario Multilingüe del Turismo* en el que se lleva a cabo un análisis léxico-discursivo de corpus paralelos y comparables (español, inglés, francés) de páginas electrónicas de promoción turística. Además, proliferan los diccionarios y glosarios para consulta en línea entre los profesionales del sector.

En la enseñanza universitaria, algunos de estos léxicos y glosarios bilingües francés/español también han visto la luz estas últimas décadas. Entre ellos, el publicado en 2013 por la editorial Comares y la Universidad de Granada coordinado por la profesora Bernabé Gil con el título de *Vocabulaire du Français du Tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration (Français/Espagnol)*. Más antiguo y publicado en Francia por Duvillier (2007) *Les mots-clés du tourisme et de l'hôtellerie*, Bréal. Algunos abordan actividades de aprendizaje en contexto para los estudiantes, pero sin una reflexión sobre las colocaciones turísticas y su importancia en el aprendizaje del léxico especializado. Entre estos últimos, de acceso libre, podemos citar: Soto, Ana Belén y Diego Muñoz (2021), *Le vocabulaire du tourisme. Exercices de français*, UAM, Madrid; Iñarrea et al. (2018), *Ejercicios sobre vocabulario del francés del turismo para hispanohablantes*, Universidad de la Rioja, Logroño.

Es evidente que en español y francés, la gestión turística y la experiencia del viajero están atravesadas por combinaciones convencionales de términos (p. ej., “realizar una reserva”, “ofrecer alojamiento”, “visita guiada”, “viaje organizado”, “pensión completa”/“demi-pension”). El dominio de estas colocaciones no sólo facilita la interacción fluida entre profesionales y clientes internacionales, sino que también reduce malentendidos e incrementa la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. De ahí la novedad del texto que presentamos a continuación.

6. Cómo usar este texto

Este libro de ejercicios se inscribe dentro de un enfoque léxico-comunicativo, centrado en el aprendizaje y la consolidación de colocaciones propias del ámbito del turismo en español, con especial atención a sus correspondencias y contrastes en francés. Está dirigido tanto a estudiantes francófonos de Español como Lengua Extranjera (ELE) de nivel B1 así como a estudiantes de grado con el francés como lengua extranjera y, en especial, a

aquellos que cursan estudios de turismo (nivel A2-B1) o estudiantes de traducción español-francés que necesiten reforzar su competencia léxica en contextos profesionales y especializados.

Los cambios que se han producido en el sector turístico deben reflejarse en el proceso de enseñanza/aprendizaje de este léxico de especialidad. Así lo afirma Planelles (2016: 193): “En una época en la que las redes sociales, en general, y las páginas web de comparadores o de empresas turísticas, en particular, ocupan un lugar importantísimo en la industria de los productos turísticos, la inclusión de la tecnología en la tarea de enseñanza/aprendizaje de una lengua extranjera resulta obligada tanto por parte del profesor como del estudiante [...]”. Aquí reside la novedad de este libro: además de presentar una serie de actividades en contexto real, muchas de ellas se han creado con la ayuda de la IA y de la IAG, en especial modo las que incluyen ejercicios audiovisuales, como grabación de audios y vídeos.

Se ha demostrado que el uso del juego y de la IA ayudan al aprendizaje de lenguas extranjeras. La IA y la IAG pueden generar textos, actividades, diálogos; simular conversaciones, crear videos e incluso analizar la pronunciación de los estudiantes. Es muy útil para adaptar las producciones a cada nivel de aprendizaje. El docente debe asumir que estas actividades y tareas deben formar parte del proceso y ser una ayuda para el desarrollo de las competencias. De esta manera, la obra se concibe como un material flexible que puede utilizarse tanto de manera autónoma gracias a la inclusión de soluciones al final del libro como herramienta complementaria para los estudiantes citados anteriormente y siempre bajo la supervisión y orientación del profesorado.

La metodología se basa en los siguientes principios:

- Aprendizaje del léxico en contexto: las colocaciones se presentan integradas en textos y situaciones comunicativas realistas del sector turístico (alojamiento, restauración, transporte, atención al cliente, promoción de destinos, etc.), lo que favorece una mayor comprensión y un uso natural de la lengua.
- Perspectiva contrastiva español-francés: los ejercicios invitan al alumnado a reflexionar sobre las diferencias y similitudes entre ambas lenguas, evitando interferencias frecuentes y fomentando una mayor precisión léxica, especialmente relevante para estudiantes francófonos.

- Progresión guiada: las actividades siguen una progresión que va desde el reconocimiento y la comprensión de las colocaciones hasta su producción activa, tanto escrita como, en algunos casos, oral.
- Autonomía del aprendizaje: el diseño de los ejercicios y la presencia de soluciones permiten al alumnado autoevaluar su progreso y reforzar los contenidos de forma independiente.

Tipología de actividades

El libro incluye una variedad de ejercicios, tales como:

- identificación y asociación de colocaciones;
- completado de frases y textos;
- reformulación y paráfrasis;
- ejercicios de traducción español-francés y francés-español;
- expresión e interacción orales;
- expresión e interacción escritas;
- actividades de producción contextualizada.

Estas actividades están pensadas para desarrollar la competencia léxica y, por ende, fraseológica, la competencia pragmática y la profesional del alumnado en el ámbito del turismo.

Todos los ejemplos y textos han sido creados *ad hoc* y posteriormente revisados o parafraseados con ayuda de una versión avanzada de Chat GPT (Chat GPT 5.2 Plus), con el objetivo de garantizar su adecuación lingüística al nivel B1.

Las imágenes incluidas en el material se han generado mediante herramientas de inteligencia artificial, como DALL-E 3, integrado en ChatGPT 5.2, con fines exclusivamente didácticos y de apoyo visual al aprendizaje. Las fichas y materiales gráficos se han diseñado utilizando la versión gratuita de Canva, priorizando la claridad, la coherencia visual y la accesibilidad.

Asimismo, los audios y vídeos complementarios se han creado con herramientas de IAG, como HeyGen o ElevenLabs, con el fin de reforzar la comprensión auditiva y ofrecer modelos de pronunciación y entonación en contextos turísticos reales o verosímiles.

Con respecto al profesorado, este puede utilizar este libro como:

- material de refuerzo léxico;
- base para actividades de ampliación o consolidación;
- apoyo para tareas de traducción especializada;
- recurso para el trabajo autónomo o semidirigido del alumnado.

El docente puede adaptar el ritmo, la selección de actividades y la explotación didáctica de los contenidos según las necesidades específicas del grupo.

Por último, deseamos expresar nuestro agradecimiento a Nuria Rodríguez Martínez por su colaboración y por su orientación en la optimización del diseño de las fichas didácticas.

7. Bibliografía y webgrafía (IA)

Calvi, M.V. (2009). El lenguaje del turismo en *Las lenguas de especialidad*. Carocci. 199-224.

Corpas Pastor, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Arco/Libros.

Forte, M. (2018). La phraséologie collocationnelle du discours touristique français: une étude à partir du genre de la brochure. *Phrasis*, 2. 93-106

González Hernández, A. T. (2010). Lexicologie contrastive: Les collocations en français et leur traduction en espagnol. *Synergies Espagne*, 3, 69-81.

Koike, K. (2001). *Colocaciones léxicas en español actual. Estudio formal y léxico-semántico*. Universidad de Alcalá.

Leal Riol, M. J. (2013). Estrategias para la enseñanza y aprendizaje de la fraseología en español como lengua extranjera. *Paremia*, 22, 161-170.
https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/O22/O14_leal.pdf

Mourlhon-Dallies, F. (2011). Enseigner une langue à des fins professionnelles: Enseigner une langue à des fins professionnelles. Didier.

Penadés Martínez, I. (2012). La fraseología y su objeto de estudio. *Lingüística en la Red*, 10, 1-17. <http://hdl.handle.net/10017/24039>

Planelles, M. (2016). Sinonimia y neología en el lenguaje del turismo en francés. en López Santiago, M. y Giménez, Folqués D. (coord.) *El léxico del discurso turístico 2.0* Valencia: Publicaciones IULMA-Universitat de Valencia. 175-196.

Solano Rodríguez, M. Á. (2008). Las unidades fraseológicas del francés y del español: tipología y clasificación. *Paremia*, 21, 195-209. https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/O21/O11_solano.pdf

ElevenLabs. (s. f.). ElevenLabs [Generador de voz con IA]. <https://elevenlabs.io>

Gemini. (s. f.). Gemini [IA de Google para generación de contenido]. <https://gemini.google.com>

Genially. (s. f.). Genially [Plataforma de creación de contenidos interactivos]. <https://genially.com>

HeyGen. (s. f.). HeyGen [Generador de video por IA]. <https://www.heygen.com>

Online Voice Recorder. (s. f.). Online Voice Recorder [Grabador de voz en línea]. <https://online-voice-recorder.com>

OpenAI. (s. f.). ChatGPT [Modelo de lenguaje]. <https://chat.openai.com>

OpenAI. (s. f.). DALL-E 3 [Herramienta de generación de imágenes por IA]. <https://openai.com/dall-e-3>

TurboScript. (s. f.). TurboScript [Estrategia de guiones AI para contenido de video]. <https://www.turboscript.ai>