



Escriure Turisme a la Universitat

GUIES PER ESCRIURE EN DISCIPLINES ESPECÍFIQUES

1 Què es el turisme?

Segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT), el turisme és el fenomen social, cultural i econòmic relacionat amb el moviment de persones a indrets diferents del seu lloc de residència habitual per motius lúdics o professionals durant menys d'un any.

Com a tal, el turisme té efectes en l'economia, en l'entorn natural i en les zones edificades, en la població local dels llocs visitats i en els visitants pròpiament dits. S'ha d'adoptar un enfocament global del desenvolupament, la gestió i la supervisió del turisme a causa d'aquests impactes diversos, de l'àmplia gamma i varietat de factors requerits per produir béns i serveis adquirits pels visitants, així com de l'ampli espectre dels agents involucrats o afectats.

Aquest enfocament és molt recomanable de cara a la formulació i posada en pràctica de polítiques de turisme nacionals i locals, així com d'acords internacionals o altres processos en matèria de turisme.

El turisme és una disciplina transversal que comprèn diversos àmbits, des de l'econòmic (augmenta l'activitat econòmica del país de recepció, crea llocs de treball per cobrir l'oferta per al turista) fins al social (factor integrador/desintegrador de les poblacions locals), passant pel geogràfic (moviment de persones, destins més visitats), entre altres.

Així, les sortides professionals dels estudiants de turisme, atès el perfil multidisciplinari de la disciplina, poden ser moltes i molt variades en sectors diversos, com ara l'empresarial, el promocional, el cultural, el sociològic, l'antropològic o el tecnològic, entre altres.

El turisme és una disciplina transversal que comprèn diversos àmbits, des de l'econòmic fins al social, passant pel geogràfic, entre altres.

2 Característiques generals de l'escriptura en turisme

En els textos de turisme, el rigor i objectivitat sempre hi han de ser presents. En un article de recerca, per exemple, cal precisar d'on prové la informació que es presenta, indicar-ne clarament les fonts. La llengua ofereix mecanismes per reflectir per escrit l'objectivitat, com ara la tria d'un llenguatge neutre i asèptic i l'absència de referències als interlocutors.

Convé emprar un to neutre, informatiu, encara que amb l'ús de les xarxes socials aquesta neutralitat es difumina en pro d'un llenguatge molt més directe i informal. Cal fer servir

un estil simple i directe, que eviti la confusió, el llenguatge ambigu i les frases complicades.

S'ha de controlar el registre usat en tot moment, segons el destinatari i el mitjà (escrit o oral). En l'oralitat, el to pot ser més col·loquial, tot i que sempre s'ha d'adequar al tracte amb el públic (no usarem el mateix registre per fer la presentació oral del treball de grau que per informar les persones que visiten l'oficina de turisme), però en l'àmbit escrit convé tendir a la formalitat. En tots dos casos, però, cal evitar les barreges de registre.

Els futurs professionals del turisme han de preparar-se al llarg dels estudis universitaris per dominar adequadament la llengua i fer-ne un bon ús; l'han d'usar amb correcció, ser flexibles i tenir capacitat d'adaptació. S'han de poder expressar adequadament, per exemple, en les situacions següents:

- Han de controlar perfectament el registre que s'ha d'usar tant oralment com per escrit. Els futurs professionals s'han de saber expressar en els diferents registres lingüístics, des dels més tècnics fins als més corrents, amb claredat, rigor i objectivitat en escrits de turisme promocionals i no promocionals.
- Han de saber escriure missatges de text expressius i persuasius, positius, motivadors i de vegades personalitzats. Han d'assegurar la confidencialitat de les dades del client, preservar la imatge de la seva marca tot utilitzant un llenguatge inclusiu i sense prejudicis.
- Han de poder-se expressar per escrit tant en entorns presencials com en entorns virtuals. Per ser competitiu, han d'estar familiaritzats amb eines, usos i continguts digitals: turisme electrònic (turisme i web), m-tourism (turisme mòbil mitjançant telèfons intel·ligents o tauletes) i turisme 2.0 (l'ús de xarxes socials per al turisme).
- Han de dominar els diversos models textuais escrits i, sobretot, saber explicar, descriure i argumentar a fi d'interessar i captar la clientela. No han de deixar de banda, a més, l'escriptura creativa.

Els futurs professionals del turisme han de preparar-se al llarg dels estudis universitaris per dominar adequadament la llengua i fer-ne un bon ús; l'han d'usar amb correcció, ser flexibles i tenir capacitat d'adaptació.

Pel que fa al període de formació acadèmica universitària, els futurs professionals del turisme s'expressen per escrit en situacions concretes i amb objectius diferents.

Els estudiants de turisme han de dur a terme molts projectes per al desenvolupament turístic. Els seus textos solen ser descriptius, argumentatius i analítics. S'espera que l'estudiant mostri esperit crític i capacitat analítica. Han de ser capaços d'entendre la informació, analitzar-la i integrar-la al seu propi pensament de manera raonada, tot reconeixent-ne les fonts de consulta i respectant les convencions. Els estudiants afronten el repte d'escriure amb arguments sòlids i convincents.

3 Textos escrits habituals en turisme

Els **articles de recerca o científics** acostumen a tenir una estructura força fixa, tot i que cal tenir en compte les normes específiques del lloc on s'hagin de publicar. Han de fer una contribució acadèmica i els avala que siguin rigorosos.

Un article científic ha de persuadir la comunitat científica que la idea és original i que s'emmarca en treballs anteriors sobre el tema, que la metodologia que s'ha utilitzat per recollir les dades és adequada, que les anàlisis són exhaustives, que les implicacions dels resultats són pertinents i que el treball és rellevant.

Els articles han de convèncer el lector de la qualitat de la informació que transmeten. La informació s'ha de presentar de manera que el lector tingui l'oportunitat de valorar-la per ell mateix. Per avalar la qualitat de la informació i augmentar-ne la credibilitat, cal tenir en compte els requisits següents:

- Referenciar les fonts que avalen la informació que es presenta.
- Explicitar els mètodes de recollida de les dades utilitzats.
- Fonamentar les construccions teòriques en dades objectives.
- Presentar i analitzar les hipòtesis rivals.
- Seleccionar un llenguatge que permeti una lectura fluida i faciliti la comprensió.

Quant a l'estructura, els articles de recerca estan formats per les parts següents:

- El títol, que ha de ser explicatiu, breu, concís i informatiu, i no ha de contenir abreviacions.
- Els noms de l'autoria i la seva filiació. S'han d'ordenar per ordre de contribució a l'article, i s'hi ometen els càrrecs i tractaments.
- El resum, un text succint que inclou la introducció, objectius, metodologia, resultats, discussió, conclusions i recomanacions més rellevants. Ha d'ajudar el lector de l'article a identificar el contingut bàsic d'una manera ràpida i exacta, i determinar-ne la rellevància.

- Les paraules clau, que descriuen el contingut de l'article. No es trien a l'atzar, sinó d'una llista controlada.
- El cos de l'article, format bàsicament per la introducció, els antecedents, el marc teòric, la metodologia; l'anàlisi i la discussió dels resultats, i les conclusions.
- Les referències bibliogràfiques consultades i esmentades en l'article.
- Opcionalment, annexos, que inclouen documentació per complementar els resultats presentats o comprovar dades.

Els **informes científics** s'han de redactar tenint en compte el destinatari que tindran i s'han d'ajustar al que es demana. Com en tots els documents acadèmics, la redacció ha de ser clara i senzilla, ja que l'objectiu principal és comunicar, fer arribar la informació al destinatari. Tenint en compte aquest destinatari, convé que el document resultant sigui atractiu formalment (hi podeu usar diferents tipus de lletra per cridar l'atenció, incloure-hi gràfics, destacats, etc.).

En aquests tipus de textos s'hi han de referenciar bé les fonts i mantenir una actitud distanciada i analítica respecte a l'objecte, el fenomen o el fet que s'analitza. En cas que l'informe inclogui una part de valoració (en aquest cas l'informe no només presenta i analitza informació, sinó que també la valora), la veu de l'autor pot deixar-s'hi veure més.

La **ressenya** és un text que presenta informació i valoració crítica de llibres, articles, treballs o qualsevol altre tipus de creacions (investigacions, cinema, teatre, etc.). En l'àmbit acadèmic, el procediment de ressenyar obres persegueix tres objectius fonamentals: comprendre el text, analitzar-lo en profunditat i valorar-ne la importància en relació amb una producció bibliogràfica àmplia. Com a instrument de comunicació entre dues o més persones, no es pot entendre deslligada d'un context.

En acabar els estudis universitaris de turisme, s'ha de presentar un **treball acadèmic**, imprescindible per superar l'assignatura. A l'hora de redactar-lo cal:

- Definir clarament el tema d'estudi i de l'àmbit territorial en el qual es proposa, i determinar l'escala de treball i del període cronològic tractats.
- Redactar una bona introducció que inciti a la lectura del treball. S'hi sol presentar el tema, dibuixar el mètode, detallar els principals problemes de la recerca i explicar les parts en què s'estructura el document.
- Determinar els objectius, a partir d'una pregunta de recerca i unes hipòtesis de treball, distingint-ne dos nivells: objectius generals, que admeten un cert grau d'abstracció, i objectius específics, que s'han de materialitzar en temes concrets de l'estudi. Convé assegurar-se que tots els objectius plantejats s'assoleixen en el treball, ja que són un criteri que el tribunal té en compte a l'hora d'avaluar.

- Revisar la literatura relacionada amb el tema triat per veure com s'ha abordat prèviament en el món científic per definir el marc teòric del treball.
- Especificar la metodologia o metodologies aplicades, els mètodes usats de recollida i d'anàlisi de les dades i enumerar els recursos tècnics, informàtics, etc. Si l'estudi no és una anàlisi empírica, sinó una aplicació pràctica, el pes de la metodologia és molt menys rellevant.
- Exposar els resultats principals obtinguts de la recerca que s'ha dut a terme.
- Presentar les conclusions principals, emfatitzant en l'aportació més rellevant. Poden servir també per apuntar les mancances o obstacles de la recerca i per orientar investigacions futures.
- Incloure la bibliografia amb les referències consultades.

Els treballs acadèmics acostumen a ser textos argumentatius i analítics destinats a usuaris especialitzats. Per tant, el llenguatge que s'hi emprà és concret i precís, amb la terminologia adequada. La veu de l'autor no hi ha de ser present i per això es recomana conèixer bé els recursos lingüístics que afavoreixen la impersonalitat, com ara l'ús de la tercera persona del singular (*Aquest treball aporta noves dades sobre els moviments turístics a França a final del segle passat.*) o la passiva reflexa (*En aquest treball s'han plantejat dos objectius generals.*).

A més de tots els textos esmentats, el futur professional del turisme ha de ser capaç de dominar una tipologia de textos escrits de naturalesa molt diferent i diversificada. Al final de la seva formació, ha de ser capaç d'utilitzar el llenguatge en situacions comunicatives professionals actuals que formen part de la comunicació interna i externa de l'empresa a través de correu electrònic, serveis de missatges curts professionals i xarxes socials per atendre la demanda d'un client i donar-li informació; gestionar, modificar i confirmar una reserva; intercanviar i organitzar esdeveniments amb altres professionals, etc. També ha de conèixer altres tipus d'escrits turístics com ara factures, pressupostos, memòries, informes, cartes comercials i reclamacions, fulls de reserva i correus electrònics, menús, receptes i presa de comandes, etc.

Així mateix, quan exerceixi la seva activitat professional, hauria de poder escriure amb facilitat textos destinats al públic en general, com fullets, catàlegs, anuncis, pòsters publicitaris, programes i circuits promocionals, i guies i articles no promocionals.

Durant els estudis de turisme, l'estudiant ha de conèixer el discurs argumentatiu que caracteritza els escrits turístics promocionals. Per informar, convèncer i seduir el destinatari, l'alumne ha de saber utilitzar els mètodes estilístics següents: l'ús d'adjectius i substantius, nominalització, superlatius, comparatius, etc.

El futur professional del turisme ha de ser capaç de dominar una tipologia de textos escrits de naturalesa molt diferent i diversificada: factures, pressupostos, memòries, informes, cartes comercials i reclamacions, fulls de reserva i correus electrònics, menús, receptes i presa de comandes, etc.

4 Convencions d'escriptura en turisme

Citacions textuais i citacions bibliogràfiques. Tota aportació que s'inclougui al treball que s'hagi extret d'alguna altra obra s'ha de referenciar. Les normes que se segueixen per a les referències i citacions bibliogràfiques en turisme són les de l'*American Psychological Association* (APA).

Les citacions textuais, és a dir, el fragment d'altri que interessa incloure al nostre text, s'escriuen entre cometes, en la llengua original de la font o traduïdes a la llengua de redacció del document. Després de cada citació textual hi ha d'aparèixer la citació bibliogràfica (les dades bàsiques per saber d'on s'ha extret el fragment), que s'acostuma a inserir en el text entre parèntesis, mitjançant el sistema autor-data (format pel cognom de l'autoria principal i per l'any de publicació, separats per una coma, i, opcionalment, per la pàgina en què apareix a l'obra original).

Els estudis respecte d'aquesta qüestió demostren que “la irrupció del turisme a la Costa Brava ha estat tan violenta i tan espectacular que pot arribar a emascarar els altres aspectes de l'evolució del paisatge i dels gèneres de vida en el transcurs dels darrers cinquanta anys” (Barbaza, 1988, 12).

Totes les citacions bibliogràfiques han de tenir la referència bibliogràfica completa corresponent a la part final del document anomenada bibliografia o referències, en què s'inclouen totes les obres citades en el treball ordenades alfabèticament i, tot seguit, cronològicament.

Barbaza, Yvette (1988). El paisatge humà de la Costa Brava. 2 vol. Barcelona: Edicions 62.

Blasco Peris, Albert (2006). Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida. Girona: Xarxa d'Escoles de Turisme.

A les citacions bibliogràfiques, en cas que en el text aparegui el cognom de l'autor, només s'hi inclou l'any i la pàgina, separats per una coma.

Tal com afirma Yvette Barbaza (1988, 12), “el factor que primerament fa entrar en crisi l’equilibri harmoniós de les activitats de terra i de mar, produït al final del segle XIX, és l’acceleració dels progressos de les tècniques de circulació i de transport”.

Si l’autoria està formada per entre tres i cinc autors, el primer cop que apareixen s’escriuen tots els cognoms; a partir de la segona aparició, es posa el cognom del primer autor i tot seguit *et al.* (‘i altres’).

Wasserstein, Zappulla, Rosen, Gerstman i Rock (1994) van trobar... [la primera vegada]

Wasserstein *et al.* (1994) van trobar... [a partir de la segona vegada]

Si l’autoria està formada per més de sis autors, s’escriu el nom del primer autor i tot seguit *et al.*

Barrett *et al.* (1998)

En cas que se citin diferents estudis, en la citació se separen amb punt i coma.

Jonsson, 1994; Peterson *et al.*, 1996, 285-286

Si un autor té més d’una obra escrita el mateix any, s’afegeixen després de l’any les lletres de l’abecedari, escrites en cursiva, per tal de desfer l’ambigüitat (aquestes lletres també s’han d’afegir a la referència bibliogràfica corresponent).

(Blasco Peris, 2006a, 6)

(Blasco Peris, 2006b, 51)

En cas que no s’usi literalment el text, sinó que es reescrigui, és a dir, si se’n fa una paràfrasi, no cal escriure el fragment entre cometes, però sí que cal donar-ne la citació bibliogràfica.

[paràfrasi del segon exemple d’aquest apartat]

L’acceleració dels progressos de les tècniques de circulació i de transport provoca principalment una crisi en l’equilibri de les activitats terra i mar, produït a final del segle XIX (Barbaza, 1988).

Taules, gràfics, quadres, il·lustracions o mapes. A l’hora d’inserir en el text qualsevol element heu de tenir en compte les consideracions següents:

- Els títols han de ser descriptius i no gaire llargs.
- Tots els elements han d’anar numerats per poder-s’hi referir unívocament. La numeració pot ser consecutiva per a tot el document o tornar a iniciar-se en cada apartat. Cada tipus d’element es numera separatament de la resta. Aquesta numeració juntament amb els títols s’usen per crear l’índex corresponent.

- Tots els elements inclosos en el document han d'aparèixer referenciats en el text.
- Cada element ha d'incloure la font d'on s'ha extret. Si els feu vosaltres, s'ha d'indicar, amb una expressió com ara Elaboració pròpia.
- S'hi ha d'incloure la llegenda i l'escala o les unitats de mesura quan convingui.

Terminologia específica. El llenguatge d'especialitat de la disciplina del turisme fa servir una terminologia específica que cal conèixer i dominar per transmetre els conceptes. Tot seguit podeu veure alguns exemples de termes especialitzats.

Un *visitant* és una persona que viatja a un destí diferent del seu entorn habitual durant menys d'un any amb qualsevol finalitat (laboral, de lleure o qualsevol altra) per a una entitat del lloc visitat. Si el visitant pernocta parlem de *turista* i, si no, d'*excursionista*.

S'entén per *lloc de residència habitual* el lloc geogràfic en què la persona resideix habitualment i es defineix per la ubicació del seu habitatge principal. L'*entorn habitual* d'una persona és la zona geogràfica en què aquesta persona duu a terme les activitats quotidianes habituals. La *despesa turística* fa referència a la suma pagada per l'adquisició de béns i serveis de consum i d'objectes valuosos durant els viatges turístics i per a aquests viatges.

Pel que fa als tipus de turisme, ens referim a *turisme intern* quan els residents d'un país viatgen únicament per aquest mateix país; si aquests residents viatgen a altres països, es tracta de *turisme emissor*, i parlem de *turisme receptor* quan el turisme arriba a un país provinent d'altres països. Partint d'aquestes definicions, el *turisme interior* comprèn el turisme intern i el turisme receptor; el *turisme nacional*, el turisme intern i el turisme emissor, i l'*internacional*, el turisme receptor i el turisme emissor.

Quant al lèxic habitual per a les reserves d'allotjament, la *pax* es refereix a la plaça que ocupa o pot ocupar un passatger o, en general, qualsevol client d'una empresa del sector turístic. El conjunt de tràmits que es fan a la recepció d'un establiment d'allotjament perquè un hoste pugui ocupar una habitació s'anomena *entrada* (*check-in*). Per referir-se a l'acció se sol utilitzar la perífrasi *fer l'entrada*. I quan ens referim als tràmits que es fan en deixar l'habitació parlem de *sortida* (*check-out*). Les habitacions poden ser de diverses menes: habitacions individuals (SB, *single bed*), doble (DB, *double bed*; si té dos llits individuals s'anomena *TWIN*), habitació doble d'ús individual (DUSB, *double use single bedroom*), habitació triple, quàdruple, etc. o suite, formada per una habitació i un saló.

Finalment, s'anomena *sobrerreserva* o *overbooking* l'acció d'una empresa del sector turístic d'acceptar una reserva de places per a un allotjament, un viatge o una activitat superior al nombre de places realment disponibles, amb l'objectiu de cobrir possibles anul·lacions i no presentacions i assegurar-se l'ocupació plena.

Codis de la IATA. Per unificar internacionalment les denominacions d'aeroports, països, monedes o llengües, entre altres, es fan servir els codis de l'Associació Internacional del

Transport Aeri (IATA en la denominació anglesa). Tot seguit us donem alguns exemples dels més usats en l'àmbit del turisme.

- Aeroports: MAD (Aeroport Internacional de Barajas), PEK (aeroport de Pequín)
- Països: FRA (França), Estats Units (USA)
- Monedes: CNY (iuan), USD (dòlar)

A l'apartat següent es referencia l'adreça web on es poden trobar les llistes completes.

5 Obres i webs d'interès en l'escriptura en turisme

1. *International Air Transport Association* (IATA). [<https://www.iata.org/>]
Web de l'Associació Internacional del Transport Aeri (organització comercial internacional d'empreses dedicades al transport aeri). La seva missió és representar, impulsar i servir la indústria dedicada al transport aeri.
2. *Diccionari d'hoteleria i turisme* (2001). Barcelona: Edicions 62; TERMCAT, Centre de Terminologia. 201 p.
Diccionari que conté prop de mil dos-cents termes de gran difusió en el sector turístic i de la restauració. Inclou termes en català, castellà, francès, anglès i alemany.
3. *Organització Mundial del Turisme*. [<https://www.unwto.org/es>]
Web de l'Organització Mundial del Turisme, agència de les Nacions Unides per a la promoció d'un turisme responsable, sostenible i universalment accessible.
4. *Glossary of tourism terms*. Organització Mundial del Turisme. [<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>]
Glossari de termes de l'àmbit del turisme elaborat per l'Organització Mundial del Turisme.
5. *UNWTO Tourism Definitions*. Organització Mundial del Turisme (2019). Madrid. [<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>]
Web des d'on es pot descarregar la publicació UNWTO Tourism Definitions, amb definicions en anglès, francès i espanyol de conceptes de l'àmbit del turisme.
6. *Termcat, Centre de Terminologia*. [<https://www.termcat.cat/ca>]

El Termcat té un web fonamental per conèixer la terminologia de moltes àrees de coneixement. En línia s'hi pot trobar el *Lèxic de transport turístic* i altres disciplines relacionades amb el turisme com ara els *Diccionaris cartogràfics*, el *Diccionari de geografia física* o la *Terminologia de les migracions*.

Servei de Llengües (UAB), Serveis Lingüístics (UB), Servei de Llengües Modernes (UdG), Institut de Llengües (UdL), Servei Lingüístic i de Publicacions (URV)

Coordinació: Virgínia Castillo, Enric Serra (UAB)

Autoria: Laura Llahí Ribó (amb el suport de Marta Juncadella)

Assessorament: Raquel Camprubí, Núria Galí, Joaquim Majó

Revisió lingüística: Maria Gené

Aquest projecte ha rebut un ajut Interlingua de la Generalitat de Catalunya.

Primera edició: març de 2020

Segona edició (adaptada a criteris d'accessibilitat): octubre de 2023



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Creative Commons Reconeixement No Comercial Sense Obra Derivada 4.0. Podeu reproduir-la per a usos no comercials de forma sencera i fent-ne constar la font: Servei de Llengües (Universitat Autònoma de Barcelona), Serveis Lingüístics (Universitat de Barcelona), Servei de Llengües Modernes (Universitat de Girona), Institut de Llengües (Universitat de Lleida), Servei Lingüístic i de Publicacions (Universitat Rovira i Virgili).

Adaptació feta amb l'assessorament del grup Adaptabit i de Mireia Ribera.