

Neue Wege braucht der Mensch – El alemán como un nuevo campo formativo. Una experiencia docente

Bárbara Heinsch

Escuela Universitaria de Turismo
Universidad de Cantabria

Resumen

La afirmación de que el alemán sea un campo formativo nuevo evidentemente no es válida para las muchas escuelas, universidades e instituciones repartidas por toda la geografía española que están impartiendo este idioma desde hace más o menos tiempo. Ni para mí misma lo es, pero una nueva constelación profesional, relacionada con Cantabria, me ha situado ante un camino a estrenar y una reflexión a fundamentar. A continuación presentaré, pues, una introducción tripartita que tratará la situación del alemán en el norte de España, mejor dicho en Cantabria, la docencia de idiomas en carreras y módulos más cortos que la filología y la programación de alemán en rasgos generales. Dedicaré la siguiente parte a mi experiencia con un grupo piloto de alemán como optativa en la Escuela Universitaria de Turismo de Santander. Este grupo ha funcionado en el módulo de secretariado, y en turismo se espera otro para el próximo curso, puesto que la demanda de alemán es innegable, como veremos a continuación.

1. El marco: factores predeterminantes y cuestiones abiertas

1.1 La demanda de alemán en Cantabria

Teniendo en cuenta que Cantabria no pertenece a los grandes “cotos” del turismo alemán – que en otras provincias es el promotor del estudio y uso de este idioma – he dividido en tres sectores lo que pudiera representar el campo de demanda: la industria, el turismo y la cultura en general.

En lo que se refiere a la industria, puede constatarse la presencia de capital extranjero en la región desde el siglo XIX (cf. Ortega: 163). Siempre ha desempeñado un papel importante, sin llegar a ser dominante ni durante el primer tercio del siglo XX, época de la industrialización inicial, ni durante la etapa que se

alarga desde la postguerra hasta la década de los sesenta (cf. Ortega: 161). Esto cambia con la crisis que queda manifiesta a partir de los años 70 y que marca el resto del siglo en que no se deja de hablar del “estancamiento consolidado” (CEMIDE: 205), “deterioro notable” (CEMIDE: 220) o “deterioro incesante” (CEMIDE: 259) de la industria regional. Sin embargo, esta crisis no impide en absoluto una “destacada presencia del capital multinacional” (Ortega: 162) y “un acelerado proceso de internacionalización de la industria de Cantabria, y con ello una integración creciente multinacional y una más visible y pronunciada dependencia de la estructura industrial regional respecto de empresas y centros de decisión exteriores.” (Ortega: 313) Se trata de “una nueva etapa, superpuesta a la crisis, que da sentido a ésta.” (Ortega: 314) La intensificación de la presencia extranjera se puede comprobar también en el caso alemán: en 1984 eran dos las empresas cuyo capital procedía de Alemania, en 1990 cinco. (Cf. *Cantabria, un lugar para su empresa* 1984: 54-55 y *Cantabria, un lugar para su empresa* 1990: 30) De igual modo se ha hecho notar el movimiento inverso: hay numerosas empresas locales que han entablado y consolidado relaciones comerciales con Alemania¹ – y más especialmente con la entrada de España en el mercado común - cuyo resultado se traduce en parte en cifras considerables de importación y exportación, alcanzadas por productos entre los que destacan los metales, aparatos mecánicos y vehículos (cf. *Anuario económico de Cantabria* 1999 y 2000: 156 y 166-167 respectivamente; Fernández: 16). Ambas constelaciones han favorecido claramente el estudio de la lengua alemana, ya sea como parte integrante del plan de formación para los empleados de las empresas alemanas establecidas en la región, ya sea como aliciente para aquéllos que por sus conocimientos del idioma iban y van a ser contratados con mucha más facilidad por las mencionadas empresas, sin que por ello pudiésemos hablar de una enseñanza mayoritaria del alemán.

Si la industria ha estado sumergida en una crisis prolongada, el turismo, el segundo de los citados sectores, ha presenciado paralelamente un crecimiento considerable y esperanzador, aunque al mismo tiempo su estacionalidad se ha considerado como un defecto, por lo cual se ha insistido en la necesidad de ampliar la oferta veraniega, evitar la saturación y desarrollar nuevas ideas para promocionar

¹ Entre 1988 y 1992, Alemania acapara casi un tercio de las importaciones comunitarias. Cf. Villaverde: 96, 99. Villaverde ofrece, además, un listado de las treinta principales empresas importadoras y exportadoras en Cantabria. Cf. Villaverde: 181-183.

los atractivos regionales (cf. CEMIDE: 147, 181, 247, 287, 305), ya que el sector turístico no permanece ajeno a la crisis económica. Ahora bien, ¿quién hace uso de esta oferta turística? Primero habría que destacar que el contingente del turismo nacional en Cantabria, procedente fundamentalmente de Madrid, Castilla-León y del País Vasco, se sitúa muy por encima del contingente del extranjero (cf. Martín Latorre: 40 y *Anuario Empresarial del Turismo y la Hostelería 1998*: 126). En lo que concierne a éste, puede constatarse que la participación de los turistas alemanes hasta 1991 no llega a una media del 20% (cf. Martín Latorre: 41). Mientras que su incidencia en la clientela hotelera de Santander es mínima (cf. Martín Latorre: 42-43), parecen resultarles más atractivos las pernoctaciones en campings (*Anuario de Estadísticas de Turismo*²: 433).

El tercer sector, la cultura en general, es más difícil de explorar, porque puede abarcar aspectos que son imposibles de recoger estadísticamente. De hecho, no siempre es la apremiante necesidad profesional o laboral la que impulsa el estudio de la lengua alemana. Asimismo puede percibirse, desde hace varios años, un mayor interés por el alemán, una especie de curiosidad, tímida al principio, pero más afianzada después, que va acompañada de una mayor apertura en general hacia el exterior, y por lo tanto hacia los idiomas, promocionada, no en último lugar, por las iniciativas europeas a nivel académico. Valga como ejemplo la multiplicación de las becas “Erasmus”, “Sócrates”, etc. y programas de intercambio universitario, por lo que se va perdiendo el miedo a las estancias de estudios en el extranjero –y en nuestro caso en Alemania-, que son cada vez más frecuentes. La Universidad de Cantabria, si bien no oferta filología, ha incluido el alemán en el programa de su Centro de Idiomas. También la Escuela Oficial de Idiomas de Santander y varios institutos, por lo menos en Santander y Torrelavega, van ofertando el alemán, normalmente como asignatura optativa, y desde 1999 se imparte en la Escuela Oficial de Idiomas de Torrelavega. Y, *last but not least*, se hace notar una mayor presencia “física”, es decir, la oferta de materiales didácticos en las librerías en general ha ganado considerablemente en amplitud en los últimos años.

Hemos podido constatar, entonces, que durante la última década aproximadamente se ha producido una creciente demanda de alemán, a la que poco

² Se trata de la edición de 1990. Posteriormente, así en la edición de 1993, ya no se recogen las pernoctaciones en los campings por provincias (salvo Andalucía, Cataluña y C. Valenciana). Cf. *Anuario de Estadísticas de Turismo de España*, pp. 392-398.

a poco ha ido correspondiendo una mayor, si bien no abundante, oferta institucional y privada con miras a un futuro abierto y esperanzador, pero que todavía queda por definir.

1.2 La docencia de los idiomas en carreras de turismo y módulos de grado superior

En este apartado y en el siguiente me ceñiré a la enseñanza del alemán en la carrera de turismo y módulos de grado superior fundamentalmente porque constituyen en la actualidad mi principal campo profesional y porque exigen, sobre todo a los profesores de lenguas que venimos de la filología, una especial atención a las finalidades de este tipo de formación. En ambos casos hay que destacar que la enseñanza de los idiomas ha de orientarse sobre todo a la práctica lingüística, tanto más que, en el caso de secretariado, el ministerio ha reducido la formación a un curso académico (aunque los idiomas se imparten con 5 horas semanales), y en el caso de turismo, se han reducido notablemente los créditos en esta área desde la incorporación de esta carrera en la Universidad en 1996. (En Santander funcionamos como escuela universitaria desde el año pasado.) Dada esta nueva constelación, que ya ha cosechado muchas críticas, existe el peligro de un bajo nivel de idiomas, amenazante en los casos donde su reducción ha sido drástica, como en la escuela de turismo de Baleares. Si el diplomado en turismo no dispone de una formación sólida en idiomas y sus aplicaciones al sector, puede encontrar rivales en otros titulados, por ejemplo los licenciados en empresariales, a la hora de colocarse en el mundo laboral. Hay razones obvias por las que habría que integrar los idiomas de nuevo como parte esencial en el plan de estudio. Pero mientras tanto, ¿cómo administrar los pocos créditos – y las horas lectivas de un curso académico de secretariado – para alcanzar una preparación a la altura de las exigencias profesionales de los futuros titulados? Más que nunca, los factores tiempo e intensidad desempeñan un papel decisivo y es necesario definir claramente los objetivos y adoptar una línea de actuación eficaz y con nuevos métodos.

1.3 Algunas observaciones acerca de la programación de alemán

Puesto que la mayoría de los titulados encuentran un puesto de trabajo en la región, es importante tener en cuenta las necesidades de la misma. Así por ejemplo no podemos comparar el caso de Baleares, donde la lengua extranjera que prima es el alemán, con el de Cantabria, una provincia cuyo turismo ostenta otras

características. Sin embargo, a la hora de programar la asignatura hay directrices comunes independientes de cada escuela universitaria. En noviembre del año pasado tuvo lugar una "Fachtagung", un encuentro en torno al alemán en el turismo, y el aspecto que por su importancia se destacó fue la comunicación oral, tanto a nivel general como técnico. Se pueden y deben preparar y practicar en clase diferentes situaciones y debates profesionales para que los alumnos aprendan a reaccionar aun cuando les falta alguna que otra palabra para expresarse adecuadamente. Igualmente deberán obtener conocimientos sobre la mentalidad alemana, para entender mejor lo que el turista alemán espera. En lo referente a los libros de texto, varios de los conferenciantes aconsejaban empezar con textos generales, sobre todo con aquéllos que más diversidad presentan, es decir, incluyendo aspectos geográficos, culturales, económicos, etc. Los lenguajes técnicos se añadirían más tarde, pues en muchas situaciones con turistas se precisan conocimientos generales de la lengua.

Ahora bien, para una programación de alemán en los estudios de turismo en Santander, dado que el diplomado no encontrará una modalidad laboral predominante para el uso del alemán, es aconsejable ceñirse a una enseñanza de la lengua con contenidos lingüísticos generales en primero, prescindiendo de una especialización demasiado temprana e incluyendo desde el principio la comprensión auditiva y los fenómenos de interculturalidad. En el segundo o incluso tercer curso, dado que en ambos sólo disponemos de un cuatrimestre cada uno, podría ofertarse no sólo un único ámbito profesional como especialidad lingüística, sino un abanico de ellos, como por ejemplo agencia de viajes, hotel, camping, oficina de turismo, exposiciones de arte y monumentos, con especial atención a la expresión oral.

En cuanto a los módulos de secretariado, el campo de actuación ya está bastante más delimitado. La actividad empresarial precisa de habilidades sobre todo en la competencia escrita y auditiva, sin menoscabo de la competencia oral, y es preferible trabajar directamente con textos concebidos exclusivamente para el mundo laboral y empresarial. Puesto que a continuación presentaré una experiencia práctica en esta rama concreta de formación, integraré allí los aspectos teóricos que en este contexto no he tratado aún.

2. Un método didáctico comunicativo combinado con elementos “tradicionales” de enseñanza

No habrá sido el propósito expreso de los autores de *Dialog Beruf Starter*, publicado en 1999 en la editorial Hueber, establecer esta combinación. Antes bien, es una conclusión a la que he llegado después de un curso de experiencia con este texto en un grupo (muy pequeño) de alemán como optativa dentro del módulo de secretariado. El *Starter* combina un modelo didáctico comunicativo que tiene en cuenta la tendencia mundial a la internacionalización, por ejemplo por medio de tantos personajes procedentes de todo el mundo y que presentan una convivencia social y laboral armónica y multi-cultural, con elementos “tradicionales” de enseñanza como técnicas de repetición sistemática y dictados, a los que añadimos tomas de lección en clase, sobre todo antes de los exámenes. El alumno tiene que enfrentarse desde el principio con situaciones lingüísticas reales, por ejemplo a través de audiciones, incluso si no puede entenderlas todavía en su totalidad por causa de la extensión de los textos y las estructuras empleadas en ellos. Sin embargo, el verse capaz de entender algo de un texto que en principio le parece impenetrable cuando lo oye conduce al alumno una y otra vez a experiencias de éxito en su proceso de aprendizaje. Los mismos autores opinan:

Der Lerner muss den pragmatischen Umgang mit Texten im Unterricht lernen, damit er ihn in der beruflichen Funktion beherrscht. Seine sprachliche Handlungsfähigkeit im betrieblichen Umfeld wird wesentlich mitbestimmt durch seine Fähigkeit und Bereitschaft, mit Texten souverän umzugehen und die Allgegenwart von unbekanntem oder unverstandenen Wörtern zu ertragen und nicht als dauernden Schicksalsschlag zu begreifen. (*Lehrerhandbuch*, en lo siguiente LH,: 6)

El balance de este proyecto (piloto en nuestra escuela) consiste fundamentalmente en la sorprendente eficacia de la citada combinación. No obstante, los estudiantes vieron también lo que en su opinión son deficiencias de este libro de texto y las adaptaron, bajo previo acuerdo conmigo, a su propio proceso de aprendizaje.

2.1 ¿A quién va dirigido el método?

Como ya indica su nombre, *Dialog Beruf Starter* va dirigido a alumnos que están relacionados con el mundo laboral, ya sea porque están recibiendo a una formación profesional, ya sea porque la terminaron y tienen algún tipo de experiencia profesional, es decir, que normalmente se tratará de jóvenes adultos. Los autores

consideran que este manual llena un hueco en el mercado de los libros de texto (cf. LH: 5), precisamente por enfocar el lenguaje propio del mundo empresarial y laboral. Tiene como objetivo transmitir “die sprachliche Handlungsfähigkeit, die für die erfolgreiche Mitarbeit in einem deutschen Betrieb Voraussetzung ist.” (LH:13) Este texto me ha parecido idóneo para nuestro pequeño grupo de secretariado. Dejaremos para el debate la pregunta de si también lo sería para los estudios de turismo. Comentaré ahora los aspectos principales del método con ejemplos concretos de algunas de las lecciones.

2.2 La gramática

Cada bloque de los cinco que componen una lección contiene unos recuadros de gramática que siguen el principio de la gradualidad, según lo requieran los medios lingüísticos introducidos. Así por ejemplo, en la lección “Start” se reduce la conjugación a *ich komme; sie ist/wohnt; Sie heißen* para introducir personajes. En el bloque 1.1 se añaden verbos nuevos, pero con las mismas personas gramaticales que sólo en el 1.2 se amplían con la segunda persona del singular. En el 1.3 se añaden la primera y tercera del plural, y por fin, en el bloque 3.5 se completa con *ihr*, cuya falta sí se había marcado anteriormente dejando un hueco. Para poder decir *Wie geht es dir/Ihnen? – Danke, es geht mir prima.* se introducen los pronombres personales correspondientes en dativo, o sea antes de haber presentado la conjugación completa de indicativo presente. La ventaja radica en la fijación de las estructuras, pues cada vez que se amplían se repiten las que ya se han visto. A partir de la segunda lección, estos recuadros aparecen con huecos para rellenar y un texto al lado, del cual el alumno entresaca las formas que faltan y participa así activamente en la construcción de sus conocimientos gramaticales. Los autores subordinan la gramática a las actuaciones lingüísticas:

Grammatik ist in DIALOG BERUF kein primäres Lernziel. Lernziel ist vielmehr die Beherrschung von Sprechhandlungen. Formen- und Satzbauregeln ordnen sich dem unter und sind davon abgeleitet. Ein Fallbeispiel: Die Kursteilnehmer wollen Preise, Zeitpunkt und Zeitdauer ausdrücken. Dazu benötigen sie die Kardinal- und Ordinalzahlen. Oder die Kursteilnehmer wollen Gebote und Verbote ausdrücken. Dazu benötigen sie die Modalverben und die entsprechenden Wortstellungsregeln. Schon im Starter lernen die Kursteilnehmer Begründungen formulieren. Also wird der *weil*-Satz eingeführt. (LH:11).

A esta gradualidad, los alumnos se oponían a veces y solicitaban ver las formas completas, sobre todo las de la conjugación y declinación, para sentirse más

seguros. Posiblemente la fragmentación no les haya permitido obtener una visión de conjunto y les haya creado una ligera sensación de desorden o similar, aunque eso sí, cada apartado del bloque remite a la sección correspondiente en las tablas de gramática en el anexo.

2.3 El vocabulario

Aunque no falta vocabulario general, este método pone el énfasis en el léxico relativo al campo profesional, en la “Berufssprache”. Al final del libro de texto encontramos un glosario con indicaciones acerca del género, el plural, la conjugación, etc. En el libro de trabajo, cada lección comienza con una página de vocabulario correspondiente a ella. Los autores proponen que el alumno aprenda palabras nuevas dentro del contexto, para lo cual está concebido el último bloque de cada lección, y aconsejan escoger entre las allí propuestas las que van a aprender. Aquí se ofrecen ejercicios suplementarios como el “abhören”, tomas de lección, que ciertamente es eficaz, o, más interesante, ejercicios creativos como el trabajo con campos semánticos, por ejemplo formar compuestos con sustantivos ya conocidos como *Buch* y *Karte*: *Wörterbuch*, *Arbeitsbuch*, *Notizbuch*, etc. y *Kreditkarte*, *Postkarte*, *Eintrittskarte*, etc. De esta forma, el alumno también va conociendo las características de la lengua alemana y va adquiriendo un cierto sentimiento lingüístico. El contexto es un criterio importante y se ajusta al concepto de una “lebensnahe Textarbeit” (LH: 17). Es más: “Textanalysen, weiterführende Worterklärungen oder gar Übersetzungen in die Muttersprache des Kursteilnehmers widersprechen dem Prinzip des lebensnahen Unterrichts und bringen im Hinblick auf das Lernanliegen keinen Zugewinn.” (LH:17) Sin embargo, los mismos autores admiten compromisos en este sentido y nosotros diferimos a menudo de esta línea, primero traduciendo todas las palabras nuevas y traduciendo pasajes de texto más difíciles. Los alumnos se quejaban de que el glosario no estaba traducido, y al final de cada lección hubo que repasar traduciendo palabra por palabra el vocabulario ya mencionado del libro de trabajo.

2.4 Las audiciones

Normalmente, todas las audiciones son largas, tan largas que no invitan a repetir las una segunda o siquiera tercera vez. Son documentos auténticos desde el punto de vista lingüístico, incluyen estructuras y giros que los alumnos todavía no conocen y contienen mucha más información de la requerida por un ejercicio correspondiente.

o sea todos los elementos para una posible frustración. No obstante, los alumnos solían ser capaces, entre todos, de solucionar la tarea que se les había propuesto, debido a que los ejercicios, siempre muy claramente estructurados, daban la suficiente información previa que había que ordenar o consistían en varias opciones ya formuladas, entre las que había que encontrar la correcta. Siempre es más importante la comprensión global que una comprensión palabra por palabra. Mediante este tipo de ejercicios se alcanza un doble objetivo: primero, el alumno logra casi siempre entender parte o la totalidad de la audición, lo cual significa una experiencia de éxito y una satisfacción; segundo, se acostumbra, gracias a esta experiencia, a escuchar - sin “desmayarse” - textos orales coherentes que siempre desbordan sus conocimientos, tal como sería el caso en una situación de la vida real, por ejemplo durante una estancia en Alemania, y que tiene la ventaja que suscita un proceso de aprendizaje pasivo.

2.5 Ejercicios orales y pronunciación

Los llamados “Sprechübungen” pertenecen al grupo de ejercicios de repetición sistemática que tiene como objetivo fomentar la corrección de la expresión oral y su fluidez. Puesto que se trata en gran parte de repetir, el alumno se puede concentrar también en la pronunciación, porque al fin y al cabo es muy importante articular frases entendibles. Este tipo de ejercicios parece tradicional y monótono, pero es muy eficaz, pues todos los que hemos estudiado y aprendido idiomas hemos comprobado que cuantas más veces uno podía repetir las mismas frases y giros en voz alta, más se perfeccionaba. Es un error pensar que el proceso de aprendizaje está concluido con la comprensión intelectual. La repetición forma parte integrante del mismo.

2.6 Ejercicios y producción oral

Siguiendo el principio de imitación de la vida real, los ejercicios del libro de texto son más abiertos que los del libro de trabajo, concebidos éstos como ejercicios de profundización y por lo tanto para hacer en casa. Es decir, el alumno, para los primeros, no sólo tiene que emplear sus conocimientos lingüísticos, sino también su lógica, memoria, fantasía, conocimientos de otras áreas, etc. Quizás sorprenda encontrar también dictados, inusuales en los métodos más modernos. Vienen ya preparados en cinta y combinan la comprensión auditiva con la fijación activa de estructuras. Veo la utilidad del dictado confirmada en una situación muy común y

frecuente: el futuro empleado o la futura empleada contesta al teléfono y tiene que tomar nota de lo que le dicen: una dirección, un teléfono, un recado, etc. No puede quedarse bloqueado pensando en cómo se escribe, se exigen reacción y rapidez.

En cuanto a la producción oral, que se diferencia de los ejercicios orales, los autores atribuyen mucha importancia al trabajo en grupo, para el que ofrecen numerosas posibilidades. Los alumnos hablan más y no son corregidos a cada paso, con lo cual el aprendizaje se intensifica. Ser creativo, construir frases, buscar palabras, “probar”, en definitiva, produce una mayor retención de los contenidos (cf. *LH*: 19). En este tipo de ejercicios es prioritaria la comunicación en sí, no el que no se cometan errores. Los ejercicios mencionados en el apartado anterior tienen como objetivo la corrección lingüística. Ambos son importantes y tienen que turnarse.

3. Conclusiones

Dada la escasez de tiempo y créditos, considero necesario primero, orientar la programación de alemán a las necesidades profesionales de los futuros titulados, y segundo, acercar la enseñanza del idioma lo más posible a las situaciones de la vida real, para que los alumnos se lleven las menos sorpresas posibles cuando empiecen a trabajar en su especialidad. Los docentes siempre decimos “tienen que estudiar”, y es muy cierto, pero también es bueno no abandonarles a su deber, sino enseñarles por la activa y pasiva, y esto nos supondrá un poco de fantasía y creatividad. Pienso que el *Starter* ofrece bastantes estrategias en este sentido, válidas también si se trabajara con otro método, y que seguramente son ampliables, según cada profesor. Sin embargo, en lo que se refiere a los contenidos, este método no ofrece la diversidad que sería recomendable para el primer curso de turismo, ni la especificidad para el segundo y el tercero.

En cuanto a la enseñanza del alemán en Cantabria, tenemos todavía mucho camino por delante, pero puedo decir que la experiencia con dicho grupo piloto ha sido positiva. Los alumnos mostraban incluso cierta habilidad para comparar algunas estructuras alemanas con las equivalentes en inglés y francés. En lo que se refiere a los estudios de turismo, estamos esperando poder funcionar también con el alemán.

Bibliografía

- Anuario económico de Cantabria 1999 y 2000*, Santander: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria.
- Anuario Empresarial del Turismo y la Hostelería 1998*, Madrid: E.P.E.S.A.
- Anuario de Estadísticas de Turismo, Año 1990*, Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Dirección General de Política Turística.
- Anuario de Estadísticas de Turismo de España, 1993*, Madrid: Ministerio de Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo. Turespaña. Instituto de Estudios Turísticos.
- Becker, Norbert y Braunert, Jörg, *Dialog Beruf Starter. Lehrerhandbuch*, Ismaning: Hueber Verlag, 1999.
- Cantabria, un lugar para su empresa*, Santander: Gobierno de Cantabria. Consejería de Industria, Transportes, Comunicaciones y Turismo, 1984.
- Cantabria, un lugar para su empresa*, Santander: Gobierno de Cantabria. Consejería de Industria, Transportes, Comunicaciones y Turismo, 1990.
- CEMIDE, *Historia de un cuarto de siglo en la economía de Cantabria (1973-1998)*, Santander: Libris Cantabria, 1999.
- Fernández, Carlos, "Cantabria exporta por valor de 239.436 millones", en: *El Diario Montañés*, 22 de abril de 2001, *Suplemento* p. 16.
- Martín Latorre, Elena, *El Turismo en Santander: Presencia y Trascendencia (1960-1990)*, Santander: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria, 1999.
- Ortega Valcárcel, José, *Cantabria 1886-1986. Formación y desarrollo de una economía moderna*. Edición conmemorativa del primer centenario de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santander, Santander: Ediciones de Librería Estvdio, 1986.
- Villaverde Castro, José, *La internacionalización de la economía de Cantabria*, Santander: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria, 1994.