

ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO IDIOMÁTICO EMISIVO EN LA REPÚBLICA ARGENTINA (1994 - 2024)

*EXPLORATORY RESEARCH ON THE EVOLUTION OF OUTBOUND LANGUAGE TRAVEL
IN THE ARGENTINE REPUBLIC (1994 - 2024)*

Investigadoras USAL:

Ardito, Gabriela (gardito@usal.edu.ar); Benzonelli, María Cecilia; Villamayor, Carina Andrea

Alumnas USAL:

Perlo, Martina Ailín; Zafignani, María

Palabras clave: turismo idiomático emisivo, sustentabilidad, lengua extranjera, consultores educativos, agencias

Keywords: *Language Travel, outbound, sustainability, foreign language, educational consultants, agencies*

Resumen

En la República Argentina, los programas de turismo idiomático emisivo pioneros hicieron su aparición con anterioridad a la llegada de las primeras conexiones comerciales de internet a nivel local —en mayo de 1995— que posibilitaron la navegación por una red global utilizada por más de treinta millones de personas alrededor del mundo. A fines de los 80 ya se podía observar cómo jóvenes locales ávidos de perfeccionar una lengua extranjera e incorporar elementos de culturas diferentes a la propia iniciaban un largo camino de búsqueda de destinos por medio de visitas personales a embajadas y consulados, contactos directos con educadores en el exterior por cartas enviadas a través de correo postal y recomendación de unos pocos especialistas locales en la materia, que así se denominaban por el hecho de dedicarse a la enseñanza de una lengua extranjera y haber experimentado en carne propia alguna instancia de “intercambio lingüístico cultural” a nivel personal o con un reducido grupo de estudiantes. A nivel internacional, el inicio del turismo idiomático como actividad comercial se remonta a 1965, año en el que Berlitz Hult, fundador de la empresa EF Education First, llevó por primera vez a un grupo de estudiantes suecos a Brighton, Inglaterra, con el fin de aprender inglés. Desde entonces, el turismo idiomático se ha transformado en un importante dinamizador de la economía local de cada destino elegido y, a su vez, ha generado un sinfín de emprendimientos dedicados a satisfacer la demanda en mercados a nivel global a través de la promoción, gestión y organización integral de programas que combinan un viaje al exterior con el aprendizaje de una lengua diferente a la propia y actividades socioculturales que permitan a los participantes adquirir conocimiento de la cultura local. El objetivo de este trabajo se centrará en realizar un estudio exploratorio de la evolución del turismo idiomático emisivo en la República Argentina entre 1994 y 2024, de modo que se logre comprender el alcance de un segmento que ha sobrevivido innumerables crisis —a nivel local e inter-

nacional— y deberá reinventarse de acuerdo con los lineamientos de la agenda 2030 para asegurar la sustentabilidad de sus prácticas comerciales. El presente trabajo pretende posicionarse como fuente de la que puedan servirse futuros estudios relacionados con un área de investigación no explorada en profundidad aún.

Abstract

In Argentina, the pioneering outgoing language travel programs made their first appearance prior to the arrival of the first commercial Internet connections at the local level - in May 1995 -, which allowed navigation through a global network used by more than thirty million people around the world. At the end of the 1980s, it was already possible to observe how young locals, eager to perfect a foreign language and incorporate elements from cultures other than their own, began a long journey in search of destinations through personal visits to embassies and consulates, direct contacts with educators abroad by post and recommendation of a few local specialists in the field, who were called that way because they were teachers of a foreign language and had experienced some personal instance of “cultural linguistic exchange” on their own or with a small group of students. On an international level, the beginning of Language Travel as a commercial activity dates back to 1965, when Berlitz Hult, founder of the company EF Education First, took a group of Swedish students to Brighton, England, in order to learn English. Since then, language travel has become an important catalyst for the local economy of each chosen destination and, in turn, has generated endless ventures dedicated to satisfying demand in global markets through the promotion, administration and integral organization of programs that combine a trip abroad with learning a language other than their own and socio-cultural activities that allow participants to acquire knowledge of the local culture. The objective of this work will focus on carrying out an exploratory study of the evolution of outbound Language Travel in Argentina between 1994 and 2024, so as to understand the scope of a segment that has survived innumerable crises—at a local and international level—and how it must reinvent itself in accordance with the guidelines of the 2030 agenda to ensure the sustainability of its business practices. This paper aims to position itself as a source that may be used in future studies related to a research area not yet explored in depth.