

20 Años del Turismo Idiomático en Mendoza

Cristina Isenrath

CRISTINA ISENATH: Traductorado y Profesorado de Alemán en Universidad de Córdoba, 1971. Ciencias de la Educación en Universidad de Cuyo, 1991. Master en Gestión de Organizaciones en Universidad de Valparaíso. Docente en Goethe Institut Mendoza de 1972 a 1995. Fundadora y Directora de Instituto Intercultural-lenguas extranjeras en Mendoza 1994. Activa participación en el desarrollo de turismo idiomático en la región y en SEA.

Resumen

Se desea diferenciar el turismo idiomático propuesto en “escuelas de español” de los programas de estudio en universidades argentinas. Se centra la presentación en el turismo idiomático propiamente dicho y presentan las etapas de desarrollo del mismo en los últimos 20 años en la región Cuyo: los precursores anteriores al 2000, el “boom mochilero” a partir del 2001, la consolidación y las nuevas tendencias. Se caracteriza cada época en la comparación internacional y los desafíos que se presentaron en cada época.

Se indican tendencias internacionales y la posible posición de Argentina en dichas tendencias (programas para escolares, work and travel, pasantías, entre otros) evaluando posibilidades y dificultades en la actualidad en nuestro país. El acento está puesto en la calidad para hacer sustentable el turismo idiomático en nuestro país.

PALABRAS CLAVE: Cuyo – Mendoza – programas español – competencia intercultural – mejora continua.

Abstract

This lecture wants to differentiate the proposed language tourism at Spanish schools' programs from studies at universities in Argentina. The presentation focuses on language tourism itself and on the stages of development in the last 20 years in the Cuyo region, mainly in Mendoza /Argentina. The beginning in the nineties, about 2001 with the “backpackers boom”, the phase of 2001, consolidation and nowadays the new trends. Each period is characterized and compared with other countries.

International trends and possible position of Argentina in these trends (programs for schools, work and travel, internships, etc.) evaluating possibilities and the difficulties at the present. The main focus is put on aspects of the quality, a condition to make tourism sustentable.

KEYWORDS: Cuyo - Mendoza - Spanish programs - intercultural competence - continuous improvement.

Introducción

El tema del turismo idiomático se trata en nuestros días desde varias perspectivas como algo ya existente y natural. Mi perspectiva es subjetiva, de ahí que más bien esta exposición será un racconto y síntesis de 20 años de labor a favor del turismo idiomático en la región oeste de Argentina, principalmente en Mendoza.

Mi conocimiento previo de experiencias de turismo idiomático, en México a fines de la década del '60, y en Europa en los años '70, donde visité escuelas de español, me hicieron ver temprana y claramente que Argentina tenía importantes posibilidades de insertarse en este sector económico creciente y gran de interés pedagógico para las relaciones interculturales.

Quiero presentar primero las distintas etapas por las que entiendo que pasó este turismo idiomático, siempre desde la mirada que he tenido desde mi labor en Mendoza.

1. Los precursores de ELE

La primera etapa deseo llamarla de los precursores, anteriores al 2001, etapa de la que fuimos parte activa.

El departamento de inglés de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo ya había consolidado desde principios de los años '80 programas con algunas universidades de Estados Unidos. Los profesores de ese departamento fueron visionarios en sus esfuerzos por establecer intercambios que aún hoy se mantienen. Fueron los primeros cursos de castellano, pero cabe destacar que lo hicieron desde el interés de buscar intercambios y no con la mirada de ofrecer Mendoza turística. Lo llamativo es que se establecieron programas desde un departamento de inglés dentro de una facultad, no en la universidad, programas que hoy subsisten con algunos resquemores de otros ofertantes en la ciudad.

Se sumaron en esa etapa de precursores, algunos profesores aislados con cla-

ses privadas ofrecidas a los parientes o acompañantes de los estudiantes mismos de Hawaii o Carolina del Sur, a personal de embajadas con quiénes el departamento de inglés tenía y aún tiene relaciones cordiales.

Instituto Intercultural ofreció español como lengua extranjera desde su fundación en 1994. Es una institución plurilingüe, el español era una lengua muy importante porque era la nuestra a ofrecer. Entendimos y nos comprometimos con el desarrollo posible del turismo idiomático, de la Mendoza con sus atractivos pero un turismo que debía resolverse tanto desde lo académico como desde lo comercial sin antecedentes en la región pero con grandes posibilidades de atraer personas que desearan estudiar español en Mendoza. Los innovadores tuvimos que explicar la diferencia entre enseñar nuestro castellano como variedad y español como lengua - pero bueno así son las cosas de los precursores.

Ofrecimos español desde una institución privada independiente dedicada a las lenguas extranjeras en general, posteriormente ese departamento se llamó “escuela de español”. Es lo que en el mundo representan instituciones como In Lingua, International House, Don Quijote, EF u otras cadenas, también institutos binacionales, o bien escuelas independientes al modelo de las escuelas españolas. América Latina mostró desarrollos importantes de turismo idiomático en México, Ecuador y otros países, donde los turistas estadounidenses abundan.

Lentamente se empezó a descubrir Argentina, pero posterior a que los turistas idiomáticos hubiesen descubierto Chile entre los más cercanos.

En 1995 Instituto Intercultural estableció el primer sitio web dedicado al español en argentina www.spanishcourses.com.ar.

Entre el '96 y '98 asistí junto al diario La Nación como único representante de Argentina a congresos de profesores de español en Brasil. Llevé la marca “Español en Mendoza” antes de llevar español en intercultural, y eso era indispensable dado que simplemente la primera pregunta era: ¿dónde queda Mendoza en España? Sólo 15 años después y sólo a través de los vinos se conoció a la región.

Fuimos a Belo Horizonte a los EmBraPEs, llevamos cantantes y bailarines para hacer frente a la oleada de flamenco que había por la presencia del Instituto Cervantes en Brasil. Quiero mencionar que en esa etapa de precursores María José Gassó y María José Bravo a través de Capacitación Alfa y su plataforma marcaron la presencia de Argentina entre los profesores de español de Brasil, plataforma creada con gran esfuerzo individual para la capacitación de profesores de español. En esa etapa de precursores también trabajó como visionario en la comercialización del español como lengua extranjera el señor Enrique Helmbrecht con Coined, con quien Instituto Intercultural trabajó hasta el año 2004.

2. El Boom Mochilero – ELE de supervivencia

La segunda etapa la quiero denominar “El Boom Mochilero”. La gran afluencia de mochileros que buscaban aprender español a precios irrisorios en Argentina fue el inicio de esta segunda etapa. No todos los mochileros se dedicaban al español,

pero todos querían sobrevivir sabiendo algo de la lengua, en un país de bajo dominio de otras lenguas extranjeras. Fueron alumnos de una semana intensiva, de 3 días, y de grandes esfuerzos organizativos desde las escuelas de lenguas para atender esa población de permanencia irregular. Esta etapa se inicia inmediatamente después y a causa de la devaluación. Cuento como anécdota que el lunes posterior a la devaluación una buena cantidad de mochileros que estaban estudiando español en Santiago de Chile al ver lo barato que les resultaba la vida y los cursos en Argentina, se cruzaron a empezar a estudiar español en Mendoza – que, gracias al sitio ya existente, se hizo conocer rápidamente. Esta etapa del boom mochilero fue muy dura dado que no era una estadía más larga que de una semana. Trabajábamos fines de semana para atender a quien quisiese clases en esos días.

Fue el momento en que también aparecieron dueños de departamentos que de repente se convertían en profesores de español, profesores de lengua o de historia o sociología que podían alojar y enseñar. Todos enseñábamos español por que era nuestra lengua materna.

Esa etapa fue de mucha convulsión y poco profesionalismo, pero de gran cantidad de experiencias que fueron enriqueciendo el sector. A algunos nos impulsó a buscar la calidad certificada porque en esas experiencias multifuncionales desde diversos ángulos - que iba desde alojar gente, conectarlos con las empresas de turismo que no conocíamos, a enseñarle a la mañana o a la tarde en los hostels y fuera de los hostels, una actividad que no era satisfactoria desde el punto de vista de una organización curricular y académicamente ordenada.

3. La consolidación ELE en Argentina

En las universidades, en las escuelas de español, en los institutos de inglés, llegamos rápidamente a la tercera etapa que yo la llamaría la **etapa de la consolidación**.

En esta tercera etapa se hace presente aunque ya estaba presente anteriormente para institutos de inglés, la Asociación de Centros de Idiomas. SEA organiza un

área específica dedicada a las escuelas de español. Ese fue el momento en que Argentina empieza a mirar a hacia afuera para aprender, para ver cómo se enseña, se comercializa, qué hacen otros países cómo hace España, como hace México, como hace Chile; empezaron los contactos con el exterior. Unión Latina brindó la oportunidad de una conferencia clave a principios del 2001, en Buenos Aires y en la Universidad de Congreso en Mendoza presentando los avances de la UNAM Universidad Autónoma de México en colaboración con el Instituto Cervantes.

Fue un momento clave y culmine para la organización académica mejorada y ordenada para los cursos de español que se estaban dictando en Argentina.

Esta etapa es la etapa de consolidación y formalización de las organizaciones e instituciones después de las primeras experiencias. Estábamos en condiciones de iniciar innovación y aplicarla a ELE puesto que todas eran experiencias novedosas y nuevas para los docentes y las instituciones.

Como dije, desempeña allí un papel importantísimo la asociación de centros de idiomas. También toma protagonismo una incipiente asociación de profesores de español que luego no continúa. SEA como asociación y ACELE como asociación de profesores de español como lengua extranjera que después también se une con SEA, lograron establecer mínimos estándares de calidad.

Esa institucionalización implicó que haya responsables académicos y condiciones institucionales mínimas qué debían ofrecerse, después de ese boom inicial de los 2000.

Esta etapa de consolidación fue importante y necesaria. Fuimos colaboradores activos para consolidar lo que creemos que hace que a la larga el turismo idiomático sea sustentable: es la calidad misma de esta actividad que se encuentra en el entrecruce de actividades de turismo y formalmente académicas. Creo que Marcelo García puede dar cuenta mas clara de lo que se ha hecho en ese momento. La presencia de Mendoza fue permanente en las reuniones con Cancillería, con Migraciones, con el Ministerio de Educación, con el Ministerio de Turismo de la Nación, para darle fuerza al turismo idiomático, no sólo en la Ciudad de Buenos Aires que siempre atrajo el mayor número de turistas extranjeros, sino en el oeste y en el interior del país.

Un papel muy importante, desempeñó la fundación Ortega y Gasset que ya ofrecía el Diploma DELE en la Argentina desde hacía varios años. Al Instituto Cervantes se lo tomó en gran parte como organizador de contenidos en el esquema el europeo de las lenguas con su marco común de referencia para las lenguas europeas. El MCREL ayudó a todos los ofertantes de español a organizarse. La experiencia europea se hizo sentir en nuestro país.

En 2004 se iniciaron los procesos de acreditación de algunas Instituciones como Instituto Intercultural en Mendoza, Set-Idiomas en Córdoba y otras instituciones en la Argentina para acreditarse como Centros asociados al Instituto Cervantes.

Esta etapa implicó un trabajo de reuniones, de debate, de organización académica e incluso de superposición de enfoques tradicionales y más innovadores.

No olvidemos de que es un ámbito en el que las escuelas, las regiones también somos competidores. El modelo de Pro-Córdoba apoyando el desarrollo impedía en cierto modo que Mendoza tuviese todos los estudiantes que podría haber recibido. ¡Córdoba se adelantó al resto del país en tema turismo idiomático!

En Mendoza nos hemos ido apoyando tardíamente en el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia con la seguridad y con la convicción de que la única sustentabilidad posible es a través de la calidad y la presencia en el exterior.

La aparición de libros América entre los precursores, posteriormente de Macanudo y la editorial Voces del Sur con el trabajo dedicado de Claudia Oxmán le dio al turismo idiomático las primeras herramientas y a la enseñanza del idioma español un sello propio de Argentina contraponiendo o ampliando los materiales de enseñanza que ofrecían las editoriales españolas. Estamos hoy ante dificultades de importación de libros, esto puede perjudicar al turismo idiomático y a la enseñanza del español en Argentina. Habremos de hacer un esfuerzo para continuar el desarrollo de materiales propios en forma urgente.

4. Actualidad en Mendoza

Estamos ante la crisis internacional y nuestras propias dificultades económicas, el cepo cambiario obviamente ha colaborado en cambios del panorama de ELE y turismo idiomático. Es nuestra realidad actual.

En el inicio de la crisis internacional del 2009, las cifras del turismo internacional bajan. Paradójicamente o felizmente este fue el momento en que el Estado inició mayores aportes para apoyar acciones de promoción de turismo idiomático en el exterior, p.ej. El CITI en Valparaíso, en Chile o las acciones en Berlín, Brasil, entre otras.

Quiero mencionar algunos aspectos relevantes de la actividad ELE hoy en la región Cuyo:

Mendoza elige calidad y quedan marginadas entidades sin formalización mínima.

Se inicia en 2012 la oferta de CELU en la Univ. Nacional de Cuyo, largamente esperada en Mendoza.

Se desarrollan importantes acciones de unión de instituciones académicas, por ejemplo la RADU, Red Andina de Universidades o el “Study Spanish in Mendoza”, hasta la acción conjunta de un Diplomado en Malbec que se ofrece actualmente entre varias universidades mendocinas.

Actualmente en Mendoza el turismo está cambiando.

Nuevos desafíos

El turismo idiomático es definido por la organización mundial de la salud - en el año 1991 - como la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y que los lleva a hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural o lengua materna.

Sabemos que España tiene anualmente cifras cercanas al millón de turistas idiomáticos o por motivos de estudio que suponen un gasto turístico superior a 2 millones de euros. Los envidiamos y quisiéramos imitar. Desde mi perspectiva para que podamos aumentar el número de turistas idiomáticos deberemos consensuar, coordinar y ser conscientes de algunas temáticas claves:

a) En la Argentina se sigue mezclando y sigue sin aclararse totalmente la línea divisoria

- entre programas de estudios superiores de español para estudiantes universitarios extranjeros en edades de alrededor de 20-25 años de carreras de grado de lengua española,

- entre participantes de programas de intercambio enviados desde las oficinas de movilidad estudiantil o de cooperación internacional de universidades extranjeras que vienen a nuestro país fundamentalmente para estudios socio-culturales

- entre programas de estudio de ELE para estudiantes en programas de algunas semanas combinadas con actividades turísticas y sociales

- y el típico turista idiomático que realiza un curso de idioma, personas de todas las edades.

En muchos casos se superponen los enfoques y las actividades y es lógico que así sea. Creo no equivocarme al afirmar que todos estos públicos, estos tipos de programas son complementarias: Así los programas para estudiantes y los programas para cualquier edad de simple turismo idiomático no son excluyentes unos de otros, hay público e interés en diferentes estilos y en diversas instituciones. Algún estudiante universitario viene con su amigo que va a una escuela de español y vice-versa.

Con el afán de trabajar y traer alumnos muchas instituciones ofrecen distintos tipos de programas pero a la hora de la realidad “todos hacemos de todo”. Este problema hay que enfrentarlo. Es una dificultad seria a enfrentar, todos hacemos de todo y si no lo hicimos nunca aún, lo “inventamos” con tal de no perder al cliente...

Decimos que somos confiables, los extranjeros aprecian la flexibilidad pero cuidado desde la gran flexibilidad hay un solo paso al chanterío: O ELE se profesionaliza, cada institución se especializa en un público o todos hacemos todo... sin la calidad suficiente.

El turismo de los niños y adolescentes escolares está creciendo en forma increíble en el mundo y en Argentina también, pero ¡cuidado! ¿Estamos dando la calidad y seguridad que necesitan los escolares, personitas menores de edad?

O el otro sector también abarcado por todos: los pasantes, voluntarios o tantos que llegan al país deseando tener una experiencia laboral o social ¿Estamos incumpliendo con las disposiciones de la Dirección de Migraciones? ¿Con la ley de pasantías? Los requerimientos legales deben cumplirse, es así también si quisiésemos ir a hacer una pasantía a EEUU.

La tendencia de “.....agarremos lo que sea con tal de atraer estudiantes para nuestros cursos de ELE.....” debe ser revisada. Creo que la Argentina llegó a un punto de madurez institucional en ELE y en el desarrollo del turismo idiomático y de programas de español para extranjeros. Unirnos para definir mejor la oferta académica, para vender el español de Argentina en el mundo de un modo total y absolutamente asegurado y académicamente solvente.

Hay nuevas tendencias, como por ejemplo la de sumar al turismo de mochila a otro tipo de turismo. Sumar al turismo de los negocios, estadías para estudiar idiomas y no solamente español. Ya tuvimos casos y los estamos fomentando, que junto al español se estudie otra lengua. Publicitamos “...Dedícate 4 horas al español y en la tarde haz 4 horas de chino”

Esta vía de una oferta combinada puede ser un aliciente importante para atraer

turistas idiomáticos a la Argentina, y puede ser desarrollada bajo estrictas normas de calidad. Y si queremos ser atractivos para chilenos, podemos ofrecer buen inglés en Mendoza, cosa que hemos hecho con algún éxito en algún momento,

Agencias de viajes que tienen representaciones en países limítrofes, podrían ser agentes para escuelas de español o de centros de enseñanza de lenguas extranjeras.

Esa es la otra faceta del turismo idiomático aún a desarrollar.

Entre tanto, esa tendencia a la combinación de turismos implica la sinergia importante y yo reitero lo dicho ya en varias oportunidades ante INPROTUR y ante otros entes de promoción turística: Cada vez que haya feria o mesa con alguna oferta de Argentina, en mesas en ferias por ejemplo una FIT o una feria del vino, debería haber folletos de turismo idiomático de Argentina, o un cd o una mención explícita de que acá se puede estudiar en buenas escuelas. Aún estando por poco tiempo como turista en el país con otros objetivos, de negocio, de dinero de otro tipo de turismo se puede estudiar unos días ELE.

Calidad y sustentabilidad

Insisto en que el mayor desafío de hoy 2014 es asegurar la calidad de la experiencia de cada una de las personas y de cada uno de los estudiantes que vengan a la Argentina sea del origen que sea: brasilero, asiático, europeo. La calidad es el único secreto de la sustentabilidad. “Calidad” significa escribir, sentarse, discutir, ponerse de acuerdo, o antes de que sucedan las cosas

La calidad del turismo idiomático la dividiría en varios aspectos y a eso invito a que el turismo idiomático se concentre hoy:

- *calidad servicio del cliente* que es amabilidad y actitud de servicio en todo momento no solamente cuando va a pagar,
- *calidad de gestión* organizativa, una transparencia previsibilidad y confiabilidad, Si informo que tal programa existe lo tengo que cumplir en las condiciones que lo he ofrecido, y debe haber evaluación posterior del servicio realizado, estadísticas de resultados.

Debe haber calidad también de los servicios sub-contratados. El control, control, control nunca es suficiente, debe hacerse el seguimiento detallado en el cumplimiento de cada acción o persona, tal como nos exigimos a nosotros mismos como escuelas de español deberemos exigir a los proveedores de turismo.

- *la calidad académica* es sin dudas, la base, porque el que se va del país tras un curso de español, al tiempo lo único que va a recordar es cuanto aprendió o que no aprendió. ¿Qué enseñamos? ¿Con qué objetivos estudia este alumno? que contenidos con cuál recurso? Aplico tecnología o enseñamos como en el siglo pasado? ¿Qué certificación se ofrece y/ o busca el alumno?

Honestamente nos preguntaremos ¿dónde va a usar el español el estudiante que tenemos al frente?

- *la calidad humana* es fundamental, pero básicamente lo que se espera es la solidaridad y el cuidado del otro que a veces no me entiende porque es de otra cultura. Debemos seguir desarrollando la propia competencia intercultural, para poder estar más atentos a los demás diferentes, y a ser más solidarios y cuidadosos de cada una de las personas que vienen a estudiar español.

Quiero pedir disculpas si fueron omitidas en mi exposición nombres de personas o de entidades que fueron precursores y que hicieron su gran aporte Sólo he vivido en Mendoza en los últimos 20 años, vuelvo a reiterar que ha sido una mirada subjetiva.