

El turismo idiomático en Xalapa: un estado de la cuestión

JUAN EMILIO SÁNCHEZ MENÉNDEZ
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Resumen: El hecho de que para 2050 el español se habrá convertido en la primera lengua internacional del mundo ha llevado a hablantes de otras lenguas a convertirse en turistas idiomáticos del español, es decir, a hacer una corta estancia en un país hispanohablante con el fin de aprender esta lengua. Para dar cauce a este creciente número de estudiantes de español, distintos países hispanohablantes, entre ellos España, Colombia, Argentina y Uruguay, han diseñado planes estatales que pretenden crear y sistematizar una oferta de cursos de español. Este artículo determina cuál es el estado de la cuestión en cuanto al turismo idiomático en México y, desde ese punto de partida, estudia la oferta y la demanda de esta misma clase de turismo en Xalapa, ciudad que es sede de la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana, escuela que, desde su fundación en 1957, ha contribuido a la internacionalización de la lengua española por medio de la impartición de cursos de español como lengua extranjera y de cultura mexicana al flujo de estudiantes extranjeros que llegan a la Universidad Veracruzana. Asimismo, el artículo se propone estudiar los alcances y limitaciones del concepto de “turista idiomático” en diversos contextos de México.

Palabras clave: turismo idiomático, turismo cultural, México

Abstract: The fact that by 2050 Spanish will have become the first international language in the world has led speakers of other languages to become linguistic tourists of Spanish, that is, it has led speakers to make a short stay in a Spanish-speaking country in order to learn this language. To give direction to this growing number of Spanish students, different Spanish-speaking countries, including Spain, Colombia, Argentina and Uruguay, have designed state plans that aim to create and systematize an offer of Spanish courses. This article aims to define the status of the issue in terms of language tourism in Mexico and, from that starting point, studies the supply and demand of this same kind of tourism in Xalapa, the city that is home to the School for Foreign Students of the Universidad Veracruzana, a school that, since its foundation in 1957, has contributed to the internationalization of the Spanish language through the teaching of Spanish as a foreign language and Mexican culture to the flow of

foreign students arriving at the Universidad Veracruzana. Likewise, the article proposes to study the scope and limitations of the concept of “linguistic tourist” in diverse contexts of Mexico.

Keywords: linguistic tourism, cultural tourism, Mexico

INTRODUCCIÓN

Aunque ahora mismo el inglés se sitúa como la lengua franca por excelencia, se estima que, para 2050, el español se habrá convertido en la primera lengua internacional del mundo.¹ Los criterios para establecer la importancia de una lengua en el ámbito internacional incluyen su número de hablantes, el número de países en los que se habla y las exportaciones que estos realizan, su carácter oficial o no en la ONU y las traducciones que se realizan en dicha lengua (Fernández, 2015, p. 19). Estos criterios dan fe del nivel de influencia que el español tendrá en el mundo para el año 2050: no solamente habrá superado al inglés en número de hablantes sino que su influencia económica, consecuencia del comercio internacional de América Latina y España y del Índice de Desarrollo Humano (IDH) de las poblaciones que utilizan el español, será mayúscula (véase Fernández, 2017, p. 9).

Este nuevo posicionamiento del español ha llevado a hablantes de otras lenguas a convertirse en turistas idiomáticos del español, es decir, a hacer una corta estancia en un país hispanohablante con el fin de aprender esta lengua. Según el Instituto Cervantes, en 2017 había en el mundo 21 millones de estudiantes de español (Fernández, 2017, p. 14) y este número va en ascenso. Con el fin de dar cauce a este creciente número de estudiantes de español, distintos países hispanohablantes han diseñado planes estatales que pretenden crear y sistematizar una oferta de cursos de español. Entre estos países, quien lleva la batuta en términos de políticas de turismo idiomático (TI) es España, que desde 2001, por medio de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, emitió el *Plan de impulso al turismo cultural e idiomático (2001)*, en el cual colabora el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, con el Ministerio de Asuntos Exteriores y con el Instituto Cervantes (Taboada, 2014). El plan rindió frutos y, para 2007, llegaron a la Península 237,600 estudiantes de español que gastaron 176.5 millones de euros en el pago de sus cursos, de los que el 86% llegó a centros privados de idiomas y lo demás a universidades (Fernández, 2014, p. 20). En este contexto en el cual el turismo idiomático puede resultar en una importante fuente de

1 Así lo considera David Graddol, lingüista y escritor británico, autor del libro *The future of English?*, editado por el Consejo Británico en 1997. Véase http://elpais.com/diario/2006/10/07/sociedad/1160172015_850215.html

divisas, es pertinente preguntarse qué está haciendo México en este ámbito. En vista de que llevar a cabo un estudio sobre el TI a nivel nacional resultaría una empresa de muy largo aliento, el firmante de este trabajo ha decidido comenzar por determinar cuál es el estado de la cuestión en cuanto al TI en México y, desde ese punto de partida, estudiar la oferta y la demanda de esta misma clase de turismo en Xalapa, la ciudad que es sede de la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana, escuela que, desde su fundación en 1957, ha contribuido a la internacionalización de la lengua española por medio de la impartición de cursos de español como lengua extranjera y de cultura mexicana al flujo de estudiantes extranjeros que llegan a la Universidad Veracruzana.

METODOLOGÍA

En este trabajo de investigación utilizamos un enfoque “cualitativo-cuantitativo” o “mixto”. Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio (2010) sugieren que en los estudios cualitativos “la recolección de los datos consiste en obtener perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades” (p.9). Esto quiere decir que el investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla, después de una observación y análisis, una teoría coherente con la información recabada. De modo contrario, el enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista Lucio, 2010, p. 5). El tipo de investigación que hicimos fue descriptiva, es decir, seleccionamos una serie de cuestiones y recolectamos y medimos información sobre cada una de ellas, para, de este modo, describir lo que investigamos. Para hacer esta investigación utilizamos fuentes primarias como cuestionarios a informantes clave y fuentes secundarias como libros de texto, publicaciones científicas, páginas web, artículos periodísticos e información estadística publicada por distintas instituciones.

TURISMO IDIOMÁTICO

Los estudios recientes de TI concuerdan en que esta rama del turismo es un sub-segmento del turismo cultural (Clark, 2014, p. 6; Pineda, 2011, p. 17;

Taboada, 2014, p. 95). A propósito del turismo cultural, Camarero Izquierdo y Garrido Samaniego sostienen que:

...el turismo cultural se define como las visitas realizadas por personas externas a una localidad, motivadas total o parcialmente por el interés por la oferta histórica, artística, científica, estilo de vida o patrimonio de una comunidad, oferta regida por un grupo o institución." (Camarero Izquierdo y Garrido Samaniego, 2008; citado en Clark, 2014, p. 5).

De acuerdo con esta definición, el móvil principal del turista cultural es conocer aquellos aspectos que conforman la cultura de un país, como el estilo de vida de sus habitantes, su historia y sus expresiones artísticas. Dentro de esta gama de expresiones culturales no podemos olvidar la lengua, que es el medio por el cual una cultura da cauce a sus expresiones musicales, religiosas, gastronómicas, etc. No es de extrañar, pues, que el TI, vinculado al aprendizaje de lenguas, se encuentre supeditado al turismo cultural.

Por lo que respecta al TI, la Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como

...las actividades 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, con el fin de realizar una inmersión lingüística en un idioma distinto al propio" (OMT, 1991, citado en Piédrola, y Artacho, 2011, p. 52).

Una definición más amplia la aporta el Informe de Actualización elaborado por la SECTUR de Argentina en el año 2007. El turismo idiomático comprende: "...la oferta de viajes organizados cuyo motivo principal es aprender o perfeccionar el idioma español en Argentina, complementando la estadía con el conocimiento de la cultura, los atractivos naturales y otros recursos propios del país" (SECTUR, 2007, citado en Clark, 2014, p. 7).

Podemos ver que el factor determinante para considerar si un turista es idiomático o no es la motivación de su viaje. Bajo estas definiciones de TI, un turista cuyo móvil sea solo conocer los monumentos y sitios histórico-artísticos de un país (podríamos denominarlo un "turista cultural puro"), no sería un turista idiomático, pues su intención no es aprender o perfeccionar la lengua que se habla en el país anfitrión. Asimismo, la amplitud de estas definiciones permite considerar como turistas idiomáticos incluso a aquellos turistas que viajan con el fin de aprender una lengua pero que no tienen planeado pagar cursos para lograr este objetivo. Este sería el caso, en la Universidad Veracruzana, de aquellos alumnos extranjeros no hispanohablantes quienes vienen a la universidad a hacer un intercambio y quienes pretenden aprender o mejorar su español, no mediante cursos sino por medio de una "inmersión lingüística", es decir, a través del contacto cotidiano con la lengua española en los actos comunicativos

cotidianos con profesores, alumnos, amigos y las familias que los hospedan (en el caso de los alumnos que participan en el Programa de estancia en familia). Hay que hacer notar entonces que, para hacer un recuento del número de turistas idiomáticos que visitan un país, no es suficiente con hacer un registro de los alumnos extranjeros inscritos en cursos de español, pues este registro no tomaría en cuenta a todos aquellos turistas idiomáticos que visitan aquel país con el fin de experimentar una inmersión lingüística. Para poder hacer un registro completamente incluyente de turistas idiomáticos sería necesario, en primer lugar, tener un registro del total de extranjeros no hispanohablantes que habitan temporalmente una comunidad; después, por medio de un estudio cualitativo, con base en cuestionarios, se les podría inquirir a estos turistas cuál es el motivo principal de su viaje.

EL TURISMO IDIOMÁTICO EN MÉXICO

A la fecha, el único trabajo académico que pretende sistematizar la oferta y demanda del TI en México es la tesis de licenciatura del economista Aldo Pineda (2011). La tesis tiene objetivos varios, de los cuales dos son de interés para esta investigación: describir la oferta y demanda del turismo idiomático en México, y calcular los ingresos generados por el turismo idiomático en México (p. 7). Para calcular la oferta de TI en México, el autor recaba información proporcionada por la Asociación Mexicana de Institutos de Español (AMIE) y recurre a la información de una encuesta realizada en 2010 por el Sistema Internacional de Certificación del Español como Lengua Extranjera (SICELE). Esta encuesta fue aplicada a la red de centros privados, institutos y universidades dedicados a la enseñanza de español como lengua extranjera (ELE). El resultado de este cálculo son 60 centros de enseñanza ELE en México, divididos entre los centros pertenecientes a AMIE (35%), aquellos pertenecientes a universidades privadas o públicas (52.5%) y aquellos centros privados que no tienen afiliación a la AMIE o a alguna universidad (12.5%).

Con respecto a la oferta de TI en México, el estudio de Pineda concluye que es difícil establecer el número exacto de instituciones educativas que ofrecen ELE en México porque no existe información oficial gubernamental al respecto, como sí la hay en España (p. 68). Con el fin de actualizar la información proporcionada por Pineda, el que suscribe este artículo trató de ponerse en contacto con AMIE, así como con la recién formada Asociación Mexicana de Español como Lengua Extranjera (AMELE), pero no ha obtenido respuesta. Evidentemente, un primer paso para poder determinar con precisión la oferta de TI en México sería tener

un registro de todas las instituciones que ofrecen ELE, tanto en el ámbito público como en el privado.

Para poder comparar los datos sobre oferta de TI en México con los de otros países, señalaremos que en 2008, en España, el número de centros de enseñanza de español era de 627 (Pineda, 2011, p. 48), del cual 83% eran centros privados de español para extranjeros (CPEE), 9% escuelas oficiales de idiomas (EOI) y 8% universidades (públicas o privadas). Por lo que respecta a Argentina, según datos del Ministerio de Turismo, en junio de 2007 había en Argentina 211 establecimientos de enseñanza ELE divididos entre universidades (20%), asociaciones/fundaciones (3%), institutos de idiomas (52%) y escuelas de español (25%). (Leighton y Adriani, 2015, p. 5). De estos números comparativos entre los tres países destaca el hecho de que en México, a comparación de España y Argentina, la oferta de TI idiomático se concentra sobre todo en universidades públicas y privadas y no en centros privados de enseñanza. Sería conveniente hacer un análisis de mercado para determinar si podría constituir un negocio redituable el aumento de la oferta de TI en centros privados de enseñanza.

Por lo que respecta a la demanda, Pineda vuelve a recabar información que le proporciona AMIE y la encuesta SICELE de 2010. Advierte que la información que le brindó AMIE es de 2007, por lo cual habría un desfase cronológico entre las cifras aportadas por cada una de las dos fuentes, lo cual no obsta para poder tener un estimado del total de alumnos que habrían llegado a México en 2010 a estudiar español. La encuesta SICELE se aplicó a 147 universidades de España y América Latina. 26 instituciones educativas de México que ofrecían respondieron a la encuesta. El primer dato que solicitó la encuesta a las instituciones en las cuales se ofrecían cursos ELE fue el número de alumnos inscritos en el año 2010. Los resultados, obtenidos de la tesis de Pineda, fueron los siguientes:

CUADRO 1

NÚMERO TOTAL DE ESTUDIANTES EXTRANJEROS POR INSTITUCIÓN: 2010	
INSTITUCIÓN	NÚMERO DE ESTUDIANTES
Universidad Nacional Autónoma de México (CEPE)	2,000
Universidad Iberoamericana Ciudad de México	170
Cuernavaca Language School	158
Universidad Panamericana	100
Universidad Autónoma de Yucatán	50
Universidad Autónoma del Estado de México	110

Universidad Veracruzana (Escuela para Estudiantes Extranjeros)	45
Universidad de Colima	44
Centro Cumbre de Inglés	10
English Language Institute	10
Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas A.C.	180
Universidad de Guadalajara	1,020
Instituto Mexicano Americano de Cultura A.C.	500
Universidad Autónoma de Campeche (Centro de Español y Maya Facultad de Humanidades)	40
Universidad Autónoma de Baja California	50
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	120
Universidad de La Salle A.C.	250
Kukulcan Educational Spanish Community	200
International House Riviera Maya	700
Universidad Autónoma de México (FES Acatlán)	113
Centro de Investigación y Docencia Económicas	20
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	850
Universidad Autónoma de Chiapas	120
Universidad de Sonora	30
TOTAL	6,890

Fuente: Elaboración propia con datos de Pineda, 2011.

Entre las universidades públicas, aquellas que más estudiantes de español recibieron ese año fueron la UNAM, con 2,000 estudiantes, y la Universidad de Guadalajara, con 1020. Entre las privadas, el Tec de Monterrey, con 850, seguida de la Universidad de la Salle, con 250. Por lo que respecta a las escuelas de idiomas, International House Riviera Maya fue la institución que más alumnos recibió 700, y después el Instituto México Americano de Cultura, con 500. La Universidad Veracruzana (EEE) figura ese año con solo 45 estudiantes. Aquí hay que hacer una acotación. Al revisar los archivos de alumnos inscritos ese año a la EEE hemos encontrado que son casi 200, y no los 45 citados en la tabla hecha por Pineda. Para aclarar el porqué pudo haber habido errores en el registro de la encuesta SICELE, nos hemos puesto en contacto con la doctora Martha Jurado, quien participó en la aplicación de dicha encuesta en 2010. La doctora Jurado nos ha explicado que, por un lado, los datos recabados por los representantes del SICELE en los distintos países nunca fueron procesados; por otro, que las

personas que contestaron la encuesta que se envió por correo electrónico no contaban con los datos precisos o no se tomaron la molestia de corroborarlos (algo muy comprensible dada la informalidad del procedimiento). Si bien hemos encontrado este desfase numérico entre la cantidad de alumnos inscritos en la EEE en 2010 y los registrados en la tabla de Pineda, hemos decidido reproducir la tabla tal y como está en la tesis del economista porque se trata del primer intento sistemático por contabilizar las escuelas que impartían ELE en 2010.

En el trabajo de Pineda, la Asociación Mexicana de Institutos de Español (AMIE), señala que en 2007 se inscribieron a sus escuelas de español afiliadas, 5,402 estudiantes extranjeros. Pineda suma esta cifra a los 6,532 estudiantes extranjeros registrados en la encuesta de 2010 SICELE y propone el total de 11,934 estudiantes extranjeros que estudiaron español en México, advirtiendo que esta cantidad no incluye todos los estudiantes pues quedarían fuera todos aquellos que estudiaron en instituciones que no fueron incluidas en las cifras de AMIE y de la encuesta SICELE. Pineda también divide en nacionalidades el total de los 6,532 estudiantes extranjeros registrados en la encuesta de 2010 SICELE. De ese total, el 57% (3,972 estudiantes) provenía de Europa y Asia, 38.7% (2,668 estudiantes), de Norteamérica, y el 5% restante (250 alumnos), de otras latitudes.

Finalmente, el autor señala que AMIE, con base en cálculos propios (que no comparten con Pineda), calcula que en 2007 pudieron haber estudiado en México 30,000 alumnos de español. La misma asociación, en su página web (MéxicoSí.org. *50 years Teaching Spanish in Cuernavaca*, párrafo 5), calcula que en 2010 llegó a México un promedio de 35,000 estudiantes de español, sin explicar la metodología para obtener esta cifra. El Instituto Cervantes retoma esta cifra en 2015 y pone como fuente la misma página web de AMIE (Fernández, 2015, p. 21). Como en el caso de la oferta de TI en México, al no haber cifras oficiales gubernamentales de la demanda, no es posible establecer con exactitud el número de estudiantes extranjeros que vienen a estudiar español a México. Como se dijo, el primer paso a seguir sería hacer un registro de las instituciones que ofrecen ELE en México; después sería posible contabilizar el número de estudiantes que acuden a cada institución.

LA JORNADA SOBRE TURISMO IDIOMÁTICO EN MÉXICO

Con el fin de llenar el vacío que había en torno al TI en México, el CEPE de la UNAM celebró en 2013 la Jornada sobre Turismo idiomático en México, que reunió a académicos de distintas Instituciones de Educación Superior como el doctor Raúl Ávila y el doctor Luis Fernando Lara de El Colegio de México, la doctora Martha Jurado, profesora de tiempo completo en el CEPE de la UNAM y el promotor cultural Gerardo Estrada. En un cuestionario respondido a propósito

del estado de la cuestión del TI idiomático en México y sobre los resultados de la Jornada sobre Turismo idiomático en México pudo haber tenido, (ver Anexo 1), la doctora Jurado señaló:

Se intentó desarrollar los puntos de acuerdo que hubo, pero no se encontró eco en las instituciones. Las visitas a la SECTUR fueron infructuosas (en las dos entrevistas que tuvimos aparentemente se escuchaban con interés nuestros planteamientos, pero se nos explicaba que ya el presupuesto estaba asignado, que no podía desarrollarse el estudio de mercado que solicitábamos). Tratamos de involucrar a instituciones educativas privadas (como el *Tec de Monterrey*), pero la respuesta fue la misma (“no hay presupuesto”). Estas instituciones, de hecho, fomentan el turismo idiomático a través de los intercambios académicos, pero en este tipo de programas la enseñanza/aprendizaje de la lengua juega un papel secundario. No se ha visualizado el potencial que podría tener. La principal conclusión de Las Jornadas fue la necesidad de hacer un estudio de mercado sobre el sector. No se pudo convencer a las autoridades ni de la UNAM, ni de otras instituciones a las que se les propuso.

De acuerdo con la doctora Jurado, si bien en la Jornada se propusieron estrategias para impulsar el TI en nuestro país, estas estrategias no fueron retomadas por la Secretaría de Turismo. Ni lo son, a la fecha. Muestra de ello es que, hoy por hoy, la página oficial de SECTUR para promover el turismo en México, <https://www.visitmexico.com/es>, no incluye una sección de turismo idiomático. Desde el punto de vista de la doctora Jurado,² una de las razones por las cuales el Estado mexicano es reticente a impulsar esta clase de turismo es que es “un tema que puede causar problemas de distinta índole por el carácter pluricultural y multilingüe consagrado en la Constitución”. Efectivamente, el artículo 2o de la Carta Magna señala que “La Nación tiene una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas...”, y en su inciso IV afirma que la Constitución reconoce el derecho de estos pueblos para “Preservar y enriquecer sus lenguas, conocimiento y todos los elementos que constituyan su cultura e identidad”. No solo la Constitución reconoce el carácter pluricultural de la Nación mexicana sino también la Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas que, en su artículo 4o señala que “Las lenguas indígenas que se reconozcan en los términos de la presente Ley y el español son lenguas nacionales por su origen histórico y tendrán la misma validez”. La aparente indiferencia que muestra el Estado mexicano ante las propuestas hechas por instancias académicas para impulsar el TI puede derivar, en parte, de los problemas políticos que podrían emanar de un abierto apoyo al español en una nación plurilingüe.

2 Esta idea se desarrolla en el artículo de la doctora Jurado, “La enseñanza de la variedad mexicana del español desde una perspectiva económica”, en *Historia sociolingüística de México*. 5, México: El Colegio de México (en prensa).

EL TURISMO IDIOMÁTICO EN XALAPA

Xalapa es la capital del estado de Veracruz y sede del campus principal de la Universidad Veracruzana y de la Escuela para Estudiantes Extranjeros (EEE) de la misma universidad. Históricamente, Xalapa se ha caracterizado por ser un foco cultural que ofrece al visitante una inmensa variedad de museos –entre ellos el Museo de Antropología de Xalapa, el segundo más importante a nivel nacional en este rubro, y el Museo Interactivo de Xalapa, enfocado en la divulgación científica de una manera lúdica–, galerías de arte, casas de la cultura y recintos culturales independientes de diversa índole.

Volviendo al tema de TI, es pertinente conocer las cifras de extranjeros que visitan el estado de Veracruz y Xalapa. El cuadro siguiente muestra el número de turistas nacionales e internacionales que han visitado el estado de Veracruz desde 2013:

CUADRO 2

NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE HAN VISITADO EL ESTADO DE VERACRUZ				
TIPO DE TURISTA	2012	2013	2014	2015
Turistas nacionales	4,926,371	5,168,464	5,608,674	5,375,593
Turistas internacionales	224,760	193,114	91,069	64,985

Fuente: Elaboración propia con datos de la página web de la Secretaría de Turismo, Estadísticas básicas de Veracruz.

Dos aspectos resaltan de esta tabla. La primera, es que la tradición turística de Veracruz es nacional, pues el turismo internacional representa solo un porcentaje muy pequeño del total. Resulta ilustrativo comparar este dato con el de Yucatán, que en 2015 recibió 454,229 turistas internacionales frente a 1,536,498 turistas nacionales, es decir, casi una tercera parte del turismo total en Yucatán es internacional (Secretaría de Turismo, Estadísticas básicas de Yucatán). Lo segundo que resalta es la caída constante de turistas internacionales a Veracruz desde 2012. Este hecho puede estar vinculado al aumento de la situación de inseguridad en el estado. Según cifras oficiales reportadas por el diario *El Financiero*, el índice de homicidios en el estado ha ido a la alza desde 2013, alcanzando el récord histórico de 625 muertes por asesinato de enero a mayo de 2017 (Guzmán, 2017). Como veremos más adelante, esta situación provocó que el Departamento de Estado estadounidense haya incluido a Veracruz en un documento oficial que advierte a los ciudadanos estadounidenses sobre

los riesgos de viajar a distintas localidades de México (US Department of State, *Mexico Travel Warning*). Por lo que concierne a Xalapa, el Anuario estadístico y geográfico de Veracruz emitido por la Secretaría de Turismo en 2016 (p. 1008) señala que en 2015, visitaron esta ciudad capital 10,134 extranjeros, con una estadía promedio de 1.2 noches. Como punto de comparación con estas cifras, podemos tomar nuevamente a Yucatán: en 2015 Mérida recibió 249,571 turistas extranjeros, que se quedaron en esa ciudad un promedio de 1.5 noches (Anuario estadístico y geográfico de Yucatán, p. 580).

OFERTA DE TURISMO IDIOMÁTICO EN XALAPA

En vista de que no hay datos oficiales sobre la oferta de TI en Xalapa, el firmante de este artículo han hecho una investigación sobre cuáles son las instituciones educativas que ofrecen cursos de ELE, además de la EEE. Son dos escuelas de lenguas privadas: Centro de Lenguas Extranjeras Kiosk y King George Centro de Idiomas. Los coordinadores académicos de ambas instituciones han respondido un cuestionario para esta investigación (ver Anexo 2). Los resultados son los siguientes: el Centro de Lenguas Extranjeras Kiosk ofrece cursos de español individuales de una duración de hasta 720 horas, con un costo de 130 pesos por hora de clase. El alumno puede decidir el número de horas que quiere tomar, así como administrar, a lo largo del año, la impartición de estas horas. De 2013 a 2017, Kiosk ha recibido sólo tres alumnos extranjeros (dos alumnos estadounidenses en 2016 y un alumno francés en 2017). De 2013 a 2015 no recibió a ningún alumno extranjero. La Lic. Dalila Miranda Lozano, directora académica de la escuela, ha señalado que de 2005 a 2007 Kiosk solía recibir un aproximado de 15 alumnos extranjeros anuales, quienes tomaban cursos de español y permanecían en Xalapa un promedio de dos o tres meses. Estos alumnos eran en su mayoría de Irlanda, Australia y Escocia. Por lo que respecta a King George Centro de Idiomas, solo ofrece cursos individuales de español en paquetes de 20 horas, con un costo de 6,000 pesos por paquete más 700 pesos de inscripción (el material didáctico está incluido en este precio). Esta escuela de idiomas solo tiene registro de su demanda desde 2015 a la fecha. En 2015 King George impartió cursos individuales de español a cuatro alumnos, dos ingleses, un portugués y un canadiense; en 2016, a dos estudiantes, un chino y un canadiense, y en 2017 a tres alumnos, un francés, un brasileño y un estadounidense. Podemos ver, pues, que la demanda de turistas idiomáticos en estas escuelas de idiomas privadas es muy escasa.

Por lo que respecta a la EEE, forma parte de la Dirección General de Relaciones Internacionales de la Universidad Veracruzana y desde 1957 ofrece clases de

español en dos bloques, cursos de lengua y cursos de lengua aplicada. Los cursos de lengua son intensivos y se ofrecen en bloques de 45 horas cada uno; tienen como objetivo el desarrollo de las cuatro habilidades lingüísticas de manera integral. Los cursos de lengua aplicada, por su parte, tienen como fin capacitar a los estudiantes en habilidades de comunicación específicas, tales como la oral o la escrita.

A la EEE se inscriben dos tipos de alumnos: de movilidad e independientes. Los primeros llegan a la UV como parte de los convenios de intercambio que tiene esta casa de estudios con otras instituciones de educación superior del mundo. Del total de alumnos de movilidad que llegan a la UV, la mayoría asiste a cursos en las facultades de la UV y solamente algunos deciden tomar cursos en la EEE. En vista de que uno de los requisitos para que un estudiante extranjero pueda participar en el programa de movilidad con la UV es que el alumno tenga un nivel intermedio-superior de español, muchos de estos alumnos deciden no tomar cursos en la EEE y sólo hacerlo en las facultades. Aquellos que se inscriben a la EEE suelen hacerlo a cursos intermedios-avanzados de español, o a cursos de cultura mexicana. Por lo que respecta a los alumnos independientes, son extranjeros que suelen vivir en Xalapa por cortas temporadas y que desean aprender español. Como ya lo dijimos, ambos tipos de alumnos pueden ser considerados turistas idiomáticos, pues los dos cumplen con el requisito de viajar con el fin de realizar una inmersión lingüística en un idioma distinto al propio y de aprender o perfeccionar el idioma español.

Si bien la EEE tiene una oferta variada de cursos y una flexibilidad de horarios, el número de alumnos inscritos a la escuela ha ido a la baja desde 2011 a la fecha, como lo muestra el cuadro siguiente:

CUADRO 3

NÚMERO DE ALUMNOS INSCRITOS EN LA EEE DURANTE LOS PERIODOS DE OTOÑO Y PRIMAVERA							
Tipo de alumno	Otoño y primavera 2011	Otoño y primavera 2012	Otoño y primavera 2013	Otoño y primavera 2014	Otoño y primavera 2015	Otoño y primavera 2016	Otoño y primavera 2017
Alumnos de movilidad	66	39	37	19	33	16	18
Alumnos independientes	7	15	18	3	9	11	12
Total de alumnos	73	54	55	22	42	27	30

Fuente: Elaboración propia con datos de la Coordinación Académica de la EEE.

Este descenso resulta más notable si se considera que en 2006 el número de alumnos inscritos en los periodos de primavera y otoño fue de 536 (Murrieta y Martínez, 2011, p. 78). Una de las razones del drástico descenso en el número de alumnos de movilidad inscritos en la EEE es que las universidades decidieron no continuar enviando estudiantes a México como consecuencia de la inseguridad derivada de la guerra contra el narcotráfico. Las universidades tomaron esta decisión, en parte, a raíz de que el Departamento de Estado estadounidense emitiera en 2008 el boletín de advertencia que hemos mencionado previamente, destinado a ciudadanos de aquel país para que tomaran precauciones al momento de viajar a México (US Department of State, *Mexico Travel Warning*). El estado de Veracruz no fue incluido en este documento sino hasta 2010 y permaneció ahí durante todo 2011. Después de esta fecha el Departamento de Estado quitó a Veracruz de la lista de estados de la República que representaban un riesgo para los turistas estadounidenses y lo volvió a agregar en agosto de 2017. A la fecha el estado de Veracruz sigue figurando en este documento, en el cual se recomienda a posibles visitantes permanecer sólo en las zonas turísticas, se les recomienda no usar transporte público urbano y viajar por carretera sólo de día.

También es notable en esta tabla la poca presencia de estudiantes independientes en la EEE, un fenómeno que puede derivarse de la poca tradición de turismo internacional que tienen Xalapa y el estado de Veracruz, aunado a la falta de una política pública federal y estatal encaminada a promover el turismo idiomático y de la carencia de una campaña de promoción que emane de la misma EEE con el fin de atraer más estudiantes. El descenso en el número total de estudiantes en 2016 y 2017 puede deberse también a la devaluación del peso frente al dólar que tuvo lugar desde el segundo semestre de 2015. En vista de que el costo de los cursos de la EEE está en dólares, y en vista de que algunos de los alumnos extranjeros potenciales para la EEE viven en Xalapa y tienen una remuneración en pesos, la pérdida de valor de peso frente al dólar le imposibilitó a este tipo de estudiante pagar los cursos de español.

Con el fin de tratar de revertir el descenso en su matrícula, la EEE ha hecho esfuerzos por abrirse a nuevos grupos de estudiantes, con un perfil distinto al de los estudiantes de movilidad y al tradicional estudiante independiente que llega a la escuela (Basurto, Sánchez y Guzmán, 2017, p. 67). Resultado de estos esfuerzos fue la llegada, en fechas recientes, de varios grupos de estudiantes de español a la EEE: en octubre de 2014 arribaron a la EEE 18 adultos mayores de origen estadounidense e inglés, pertenecientes a la agrupación estadounidense Fuerza de la Amistad, fundada en 1977 con el objetivo de estrechar vínculos de amistad entre ciudadanos de Estados Unidos y otros ciudadanos del mundo. En octubre de 2015, llegó a la EEE un grupo de 20 estudiantes del Minor Latin American Business Studies de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de Ciencias Aplicadas HAN. Este grupo, formado por estudiantes de

distintos países –Holanda, Alemania, Turquía, Irán, Bosnia, Aruba e Indonesia– vino a México con la intención de establecer una estrategia comercial con una empresa vainillera de Papantla, con el fin de poder exportar la vainilla, y de estudiar español. Un grupo más de 5 estudiantes provenientes de varias preparatorias de Nueva York llegó en agosto de 2016 como parte del programa Instituto Internacional de Liderazgo Juvenil (IYLI, por sus siglas en inglés), cuyo objetivo es enviar a adolescentes a países donde hubo presencia de africanos para investigar los fenómenos del mestizaje. Finalmente, en octubre de 2017, la EEE recibió a un grupo de once estudiantes de la Maestría en enfermería y dos coordinadores de dicha maestría, de Kennesaw State University, quienes tomaron cursos de español y acudieron al Centro de Alta Especialidad (CAE) Dr. Rafael Lucio de Xalapa a llevar a cabo prácticas de enfermería. La descripción del tipo de estudiante extranjero que llega a la EEE nos permite ampliar la definición de lo que es el turista idiomático. Como sucede con los estudiantes extranjeros de movilidad, el principal objetivo de los alumnos de los grupos descritos previamente podría no ser el aprendizaje de la lengua española sino el contacto con una cultura distinta a la suya –en el caso de los grupos Fuerza de la Amistad e IYLI–, el hacer negocios –en el caso de los estudiantes de HAN– o hacer prácticas profesionales –como los estudiantes de Kennesaw–. ¿El hecho de que el móvil principal de estos alumnos no haya sido el estudio del español impide categorizarlos como turistas idiomáticos? Tal vez no. Si bien sus móviles no eran lingüísticos, el hecho de que viajaran a un país donde se habla español y encontrarse en total inmersión, además de haberse inscrito a cursos de español en nivel básico, los convertiría en turistas idiomáticos. La pregunta, no obstante, podría someterse a discusión si es que se quiere establecer una política eficaz que caracterice a este tipo de turismo.

Otra parte del esfuerzo de la EEE por recuperar la matrícula perdida de estudiantes de español fueron los cursos de español ofrecidos a trabajadores extranjeros de la empresa Etileno XXI en el campus Coatzacoalcos-Minatitlán de enero de 2014 a finales de 2015 (Basurto, Sánchez y Guzmán, 2017, p. 67). Estos cursos extramuros son el más audaz esfuerzo de la escuela por alcanzar nuevos nichos de estudiantes, pues requirió romper con la tradicional impartición de cursos dentro de las instalaciones de la EEE y ofrecerlos en forma extramuros. En este lapso, la EEE impartió cursos de Español Intensivo a un total de 231 estudiantes con la colaboración de 12 profesores. Sería pertinente discutir en futuras publicaciones si este tipo de alumnos extranjeros de español podrían ser considerados turistas idiomáticos en vista de que su principal objetivo de viaje no es una inmersión lingüística ni el aprender o perfeccionar el español sino obtener una remuneración a cambio de un trabajo. ¿Tal vez podríamos no considerarlos turistas idiomáticos, pero sí estudiantes de ELE? Como lo dijimos

en torno al turista idiomático en general, un estudio cualitativo aplicado a los estudiantes de español de Etileno XXI para conocer sus motivos de viaje podría ayudarnos a situarlos con más precisión en una tipología turística.

CONCLUSIONES

En este recorrido hemos visto que, como resultado del creciente interés de alumnos extranjeros en estudiar español como lengua extranjera, varios países han emprendido programas para incentivar el TI, con notables ganancias económicas. México sería una excepción a estos países, pues a la fecha no ha emprendido ningún plan estatal de esta índole, pese a ser el país con más hispanohablantes del mundo. Tal vez sea derivado de la ausencia de esta política pública que haya tan pocos turistas idiomáticos en México. Nuestro país es actualmente el octavo en recepción de turistas internacionales, a nivel mundial, y para finales de 2017 recibió un aproximado de 37.5 millones de turistas internacionales ("México sobrepasaría los 37.5 millones, 2017). ¿Por qué sólo una proporción minúscula de estos se queda en el país a estudiar español? Es una pregunta que quedaría pendiente de estudiar, pero se puede adelantar que en países como Argentina y España, donde ya hay una política pública encaminada a atraer esta clase de turismo, los turistas pagan por tomar cursos de español, provocando una derrama económica positiva.

Por lo que respecta al estudio de la oferta y la demanda de TI en México, a la fecha no se cuenta con ningún estudio gubernamental que aporte cifras confiables. En este trabajo hemos reproducido cifras del único estudio académico que se ha hecho al respecto, con el afán de que se difundan estos números y que puedan constituir un punto de partida para la forja de posibles políticas públicas encaminadas a fomentar el TI. Por lo pronto, resulta positivo que, por lo menos en 2007, la demanda de turistas idiomáticos se dividía entre Europa, Asia y Estados Unidos, con lo cual México no se hace dependiente de la llegada de turistas de un solo país. Es evidente que el primer paso a seguir para poder desarrollar una política encaminada a fomentar el TI requeriría, antes que nada, la recolección de datos sobre la oferta y la demanda de este rubro.

Hemos mostrado que los esfuerzos hechos por la comunidad académica en México en años anteriores por forjar programas de desarrollo de TI se han topado con el desinterés de parte de las autoridades de turismo en México. A este propósito, el firmante de este trabajo han enviado un cuestionario a Sectur estatal de Veracruz para saber qué se hace actualmente en esta oficina gubernamental para fomentar el TI pero no ha obtenido respuesta (Anexo 3).

Por lo que atañe a Veracruz y a Xalapa, resulta claro que uno de los retos a sortear para fomentar el TI es comenzar por atraer más turistas internacionales. Nuevamente, esto se podría lograr con campañas que publiciten este tipo de turismo, complementadas por una oferta de hospedaje accesible y digno y con escuelas de español con buenas instalaciones, programas flexibles y calidad educativa. En vista de que Xalapa ya cuenta con escuelas de español con estas características, faltaría solo aumentar el flujo de turistas no hispanohablantes que llegan a la región. Es claro también que la situación de inseguridad por la que atraviesa el estado es un factor que inhibe la llegada de este tipo de turismo, así que sería esencial poder garantizar al turista una seguridad mínima para que tenga una estancia tranquila en la ciudad. La estrategia de buscar grupos alternativos de estudiantes de español en Europa, como lo ha hecho la EEE en años pasados, podría constituir una alternativa para atraer más turistas idiomáticos, así como afianzar lazos con Asia y África, donde los medios de comunicación locales no hacen tanta difusión de la situación de inseguridad por la que atraviesa el país. Otra alternativa, como señala la doctora Jurado en el cuestionario, es apostar por el grupo turístico de los *millennials* o jóvenes globalizados, quienes no se arredran con las noticias alarmistas y toman decisiones basados en las redes sociales y no en los canales tradicionales de comunicación como los diarios y la televisión.

REFERENCIAS

- BASURTO, N., Sánchez E. y Guzmán I. (2017). El uso del español como lengua internacional en la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana. En R. Corzo y M. Hernández (Eds.), *La dimensión internacional en la educación superior: experiencia y compromiso de la Universidad Veracruzana*. Xalapa, Veracruz: Textos Nómadas, 57-73.
- CLARK, C. (2014). *Turismo idiomático: La importancia del idioma como recurso turístico. Estudio de caso: Bahía Blanca* (tesis de licenciatura sin publicar), Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. Recuperada el 16 de noviembre de 2017 de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf.
- CRUZ, J. (2006, 7 de octubre). Entrevista: David Graddol. Lingüista y comunicador británico. *Diario El País*. Recuperado el 28 de noviembre de 2015 de http://elpais.com/diario/2006/10/07/sociedad/1160172015_850215.html
- FERNÁNDEZ, V. (2015). *El español: una lengua viva. Informe 2015*. Instituto Cervantes. Recuperado de http://eldiae.es/wp-content/uploads/2015/06/espanol_lengua-viva_20151.pdf
- FERNÁNDEZ, V. (2017). *El español: una lengua viva. Informe 2017*. Instituto Cervantes. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2017.pdf
- GUZMÁN, S. (2017, 25 de junio). Veracruz, con el doble de homicidios en los primeros cinco meses de 2017. *El Financiero*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/van-625-homicidios-en-veracruz-en-meses-cifra-record-en-20-anos.html>.
- HERNÁNDEZ Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México, MX: McGraw Hill.
- Jurado, M. (2010). La enseñanza de la variedad mexicana del español desde una perspectiva económica, en *Historia sociolingüística de México*. 5, México: El Colegio de México (en prensa).
- México sobrepasaría los 37.5 millones de visitantes al término de 2017. (2017). Recuperado el 16 de noviembre de <http://www.entornoturistico.com/mexico-sobrepasaria-los-37-5-millones-de-visitantes-al-termino-del-2017-enrique-de-la-madrid/>
- MURRIETA B. & Martínez J. L. (2011). *Un viaje de medio siglo. La Escuela para Estudiantes Extranjeros 1957-2007*. México: Universidad Veracruzana.

- Leighton, G. y Adriani L. (2015). Desarrollo de ELSE como industria turística. El turismo idiomático en la Argentina: conceptualización y análisis, *Signos universitarios*, 51, 113-124.
- LEY GENERAL DE DERECHOS LINGÜÍSTICOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS, recuperada el 16 de noviembre de 2017 de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/257_171215.pdf.
- MÉXICOSI.ORG. *50 years Teaching Spanish in Cuernavaca*. Recuperado el 15 de noviembre de 2017 de http://www.mexicosi.org/mexico_si_aniversario.html.
- PIÉDROLA, I. y Artacho C. (2011). El turismo idiomático: una oportunidad de desarrollo local para Córdoba, *Revista de Análisis Turístico*, 12, 51-61.
- PINEDA, A. (2011). *El turismo idiomático en México vinculado a la demanda del Español en los Estados Unidos de Norteamérica: periodo 2000-2010* (tesis de licenciatura sin publicar), Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO. *Estadísticas básicas de Veracruz*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_VER.aspx.
- SECRETARÍA DE TURISMO. *Estadísticas básicas de Yucatán*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_YUC.aspx.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2016). *Anuario estadístico y geográfico de Yucatán*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_YUC.aspx.
- TABOADA, P. (2014). *El turismo idiomático en Santiago de Compostela* (tesis de máster sin publicar), Universidad de Santiago de Compostela, España.
- TABOADA, P. (2014), Nuevos retos del turismo idiomático en un mundo globalizado. Caso de análisis comparado España-Colombia. Recuperado de <https://bibliotecaperiodismoturistico.wordpress.com/2015/07/28/nuevos-retos-del-turismo-idiomatico-en-un-mundo-globalizado/> el 25 de abril de 2017.
- US Department of State. *Mexico Travel Warning*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de <https://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/mexico-travel-warning.html>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario respondido por la doctora Martha Jurado – Centro de Enseñanza para Extranjeros, UNAM*7 de noviembre de 2017*

El siguiente cuestionario se enmarca en la investigación “El turismo idiomático en Xalapa: un estado de la cuestión” llevada a cabo por la doctora Nora Basurto, el maestro Ismael Guzmán y el doctor Emilio Sánchez, de la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana. Agradecemos encarecidamente el tiempo brindado para responderla.

1. ¿Cuál es la relevancia del turismo idiomático (TI)?
2. ¿Cómo puede contribuir el TI al desarrollo de México?
3. ¿Qué se ha hecho en México para impulsar el TI?
4. ¿Cuál fue el resultado de la Jornada sobre Turismo idiomático en México, celebrada en 2013, en la UNAM?
5. ¿Cuáles considera que son los pasos que debe de seguir el Gobierno mexicano para establecer un Plan de fomento al Turismo idiomático?
6. ¿Cómo se puede fomentar el TI ante la ola de violencia que sufre México?

Anexo 2: Cuestionario enviado a las escuelas privadas de enseñanza de lenguas en Xalapa*7 de noviembre de 2017*

El siguiente cuestionario se enmarca en la investigación “El turismo idiomático en Xalapa: un estado de la cuestión” llevada a cabo por la doctora Nora Basurto, el maestro Ismael Guzmán y el doctor Emilio Sánchez, de la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana. Agradecemos encarecidamente el tiempo brindado para responderla.

1. ¿Imparten cursos de español a extranjeros en su institución educativa de lenguas extranjeras?
2. ¿De cuántas horas constan sus cursos de español?
3. Favor de indicar cuál ha sido el número de estudiantes extranjeros que han tomado cursos de español en institución educativa de lenguas extranjeras en los años siguientes, la nacionalidad de cada alumno y el nivel de español que tomó:
2013
2014

2015

2016

2017

Anexo 3: Cuestionario enviado a David Roberto Jacinto Rodríguez, director general de Planeación y Desarrollo Turístico Regional de la Secretaría de Turismo de Veracruz

7 de noviembre de 2017

La siguiente entrevista se enmarca en la investigación “El turismo idiomático en Xalapa: un estado de la cuestión”, llevada a cabo por la doctora Nora Basurto, el maestro Ismael Guzmán y el doctor Emilio Sánchez, de la Escuela para Estudiantes Extranjeros de la Universidad Veracruzana. Agradecemos encarecidamente el tiempo brindado para responderla.

1. ¿Cuál es su cargo en Sectur estatal? ¿Desde hace cuánto tiempo desempeña este cargo?
2. ¿Tiene Sectur estatal algún programa de fomento al turismo idiomático? ¿Cómo funciona? En caso de que no lo tenga, ¿hay planes para tenerlo en un futuro? ¿Hay alguna fecha estimada para su confección y aplicación?
3. ¿Tiene Sectur estatal algún registro del número de turistas que realizan en Veracruz actividades de aprendizaje de español en instituciones especializadas? ¿Tiene Sectur estatal algún registro de la derrama económica que deja en Veracruz este sector turístico?
4. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos a superar en los próximos años para mejorar la oferta de turismo idiomático?