#### UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

#### ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

# ESPECIALIZACIÓN EN DESARROLLO ESTRATÉGICO DEL TURISMO

#### **PROYECTO**

#### TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

Las dificultades idiomáticas para disfrutar de una experiencia turística: el caso de los franceses y brasileños en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**AUTOR: HAIRVE GREGORY JAIMES VANEGAS** 

**DIRECTOR: MARCELO CRISTALE** 

BUENOS AIRES, ARGENTINA

MARZO DE 2018

# UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Las dificultades idiomáticas para disfrutar de una experiencia turística: el caso de los franceses y brasileños en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

**AUTOR: HAIRVE GREGORY JAIMES VANEGAS** 

BUENOS AIRES, ARGENTINA

MARZO DE 2018

#### **RESUMEN**

En los últimos años, la realidad que viven las personas cuando viajan a un país donde no se habla su idioma puede ser un poco preocupante, debido a que no existe la forma de saber qué transporte tomar para llegar a un lugar determinado o qué actividades se podrían realizar en ese país para poder saber un poco más acerca de la historia de dicho territorio.

Por este motivo se planea crear un circuito turístico en donde no sólo se tengan en cuenta los idiomas español e inglés, sino también otros como el francés y el portugués para que de esta manera la comunicación para el turista sea más fácil de entender y asimismo la experiencia sea más agradable, ya que los guías cuando están realizando los recorridos por la ciudad creen estar seguros de que los extranjeros no hispanohablantes comprenden lo que se les está explicando, pero esto puede ser que no sea así.

**Palabras clave:** Circuito Turístico, Barreras del Idioma, Comunicación no Verbal, Turismo Idiomático.

# ÍNDICE GENERAL

	Resumen y palabras clave	
1.	Introducción	1
2.	Marco teórico	2
	Reseña	2
	2.1.La importancia de hablar una segunda lengua.	3
	<b>2.2.</b> Medios que ayudan a los extranjeros a evitar las barreras del idioma	8
	<b>2.3.</b> Turismo idiomático: Experiencias en otros países.	16
	2.4.Importantes personajes en la República Argentina.	24
3.	Diagnóstico.	28
	3.1. Perfil y estadísticas de los turistas franceses y brasileños en la Repúblic	ca
	Argentina	28
	<b>3.1.1.</b> Perfil del turista francés y brasileño en la	República
	Argentina	28
	<b>3.1.2.</b> Datos estadísticos de franceses y brasileños que	llegan a
	Argentina	29
	<b>3.2.</b> Observaciones en la investigación del trabajo	31
	<b>3.3.</b> Análisis de las entrevistas.	32
	<b>3.4.</b> Sondeos	36
	<b>3.4.1.</b> Sondeo en español	37
	<b>3.4.2.</b> Traducción en portugués	39
	<b>3.4.3.</b> Traducción en francés	41
	<b>3.4.4.</b> Traducción en inglés	44
	<b>3.5.</b> Análisis de los sondeos	46
	3.6. Análisis de las visitas guiadas gratuitas realizadas por el Ente de Tu	ırismo de
	Buenos Aires	56
	<b>3.7.</b> Análisis de la Empresa Buenos Aires Bus	58
4.	Propuesta de intervención	60
	<b>4.1.</b> Síntesis del problema a resolver	60
	<b>4.2.</b> Título de la propuesta de mejora	60

	4.3. Objetivos	de la propuesta	60
	4.4.Estrategia	61	
	4.5.Descripció	on del procedimiento y actividades a desarrollar	62
	<b>4.6.</b> Acciones	previstas para la evaluación de la intervención	62
5.	Conclusiones		63
6.	Bibliografía		65
	<b>6.1.</b> Bibliograf	69	
7.	Anexos		71
	<b>7.1.</b> Formato d	71	
	7.1.1.	Preguntas al profesional en turismo	71
	7.1.2.	Preguntas al guía turístico	71
	7.2.Circuito tu	72	
	7.2.1.	Descripción de los lugares turísticos	73
	7.2.2.	Recorrido del circuito turístico	76
		<b>7.2.2.1.</b> Traducción en portugués	77
		<b>7.2.2.2.</b> Traducción en francés	78
		<b>7.2.2.3.</b> Traducción en inglés	79

#### 1. Introducción

En el presente trabajo se investigó sobre la incómoda situación que deben enfrentar los turistas por causa de las barreras de la comunicación, ya que hoy en día en lugar de tener más preocupación para que una persona que viaja a un país que a pesar de su gran interés por tener más información acerca de temas como las costumbres, la gastronomía, la música entre otros se le da más importancia en manejar un idioma universal que es lo que ha pasado desde hace varios años con la lengua inglesa.

Este problema de comunicación es la principal razón que de alguna manera hace sentir a que el visitante, que no tiene el suficiente conocimiento de cierto idioma para poder comunicarse lo haga sentir incómodo en el país, y en consecuencia su experiencia no sea tan agradable.

En el caso de la República Argentina, la presencia de franceses y brasileños desde hace varios años ha sido muy alta y la interacción cultural que se presenta en este país al tener presente aspectos arquitectónicos, que han marcado un gran impacto a nivel histórico y artístico, y la disposición por querer festejar las celebraciones que se realizan en Brasil y Francia es lo que ha motivado a que personas de otros países se interesen por saber más del segundo país más grande de América Latina.

Por esta razón, el propósito de esta investigación es realizar un circuito turístico que comprenderá de algunos lugares de importancia y de igual manera una pequeña descripción sobre la historia de cada uno de estos atractivos que estará traducido a idiomas como el inglés, el francés y el portugués, con el fin de que el turista pueda entender el mensaje de una forma más sencilla y el interés por recorrer los diferentes puntos de la ciudad sea aún mayor.

En el desarrollo de este trabajo se realizarán sondeos a personas no hispanohablantes quienes contarán un poco de su experiencia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las dificultades en la comunicación a las que se han enfrentado los turistas en un país en donde no se habla la misma lengua que se utiliza en su lugar de origen.

#### 2. Marco teórico

#### Reseña

Para el Trabajo Final de Especialización "Análisis de las dificultades idiomáticas para disfrutar de una experiencia turística": El caso de los franceses y brasileños en la ciudad de Buenos Aires" se han encontrado diversas referencias bibliográficas que ilustran la importancia del aprendizaje de una segunda lengua.

El desarrollo tecnológico actual ha facilitado la comunicación en otros idiomas mediante dispositivos que realizan la traducción rápida de palabras o frases. Aun así la globalización de alcance mundial ha hecho prevalecer el idioma inglés como el idioma preferido para comunicarse tanto en China, como en India, Rusia o Egipto, por ser la lengua más reconocida y extendida en su uso como segundo idioma de estudio obligatorio con el propósito de facilitar la comunicación con los visitantes cuyas lenguas madre no necesariamente sean el inglés.

En la atención de los turistas, específicamente se ha visto como una obligación particularmente para el personal de contacto en el front desk así como para los guías que tengan el dominio del inglés, como segunda lengua, ya que se presume que quienes no hablan español, y están acostumbrados a viajar, comprenden aunque sea de manera básica el inglés, más que la lengua local, en este caso el español.

En este sentido, las barreras idiomáticas también se suelen poner de manifiesto en el sistema de transporte, puesto que en el momento en que los turistas se movilizan de un lugar a otro es una dificultad para llegar al destino deseado por no tener el conocimiento necesario del idioma.

El hecho de cometer errores en la pronunciación o utilizar los términos incorrectos para decir algo, suelen ser un motivo para que las personas que se interesan por conocer el destino turístico, se sientan avergonzados por su dificultad para comunicarse con la población local.

Por esta razón, las personas que gustan mucho de viajar, se suelen decidir a hacer cursos que les permitan tener, aunque sea un cierto manejo del vocabulario básico.

Por otro lado, las redes sociales también han sido una gran ayuda para esta investigación por ser un medio en donde se registran las opiniones de los turistas en sitios como Trip Advisor, que es uno de los sitios de la Web en el que las personas que desean viajar a un determinado lugar, consultan los comentarios de los turistas que ya han visitado el mismo, acerca de la hotelería, los precios, los principales atractivos y la calidad de esta experiencia. Los comentarios favorables refuerzan en el turista la intención de realizar el viaje o consumir determinado servicio, mientras que los comentarios desfavorables, suelen alertar a los turistas para elegir más cuidadosamente los servicios que consumirá. Por ejemplo respecto al mayor o menor manejo de idiomas por parte de los guías, surgen claras advertencias en comentarios acerca de determinados circuitos o excursiones.

#### 2.1. La importancia de hablar una segunda lengua

Actualmente, la importancia de saber un segundo idioma se ha convertido en una gran necesidad para las personas que viajan a países en donde no tienen el suficiente conocimiento de cierto idioma para poderse comunicar, sin embargo el interés por aprender otras lenguas que no sean el inglés, se ha perdido, dada la popularización y la expansión que ha tenido su uso en el mundo, lo que ha generado una barrera para aquellos visitantes que a pesar de que no tienen conocimiento en el idioma, queden a la deriva y los obliga a buscar maneras alternativas para comunicarse con los locales.

En relación con este tema, en el artículo "La importancia de hablar otro idioma" publicado en el periódico Clarín (Varela, s/f), se muestra el ejemplo de un turista gringo¹ que viajó a un país en donde se encontró con un grupo de locales a quienes les habló en inglés, pero todos se rieron y ninguno le entendió. De igual manera, trató de hablar en francés y pasó lo mismo, después de continuar su camino una persona le preguntó en su idioma de origen si necesitaba ayuda y de esta manera se pudo comunicar. Después de varias reuniones, el ayudante se convirtió en el distribuidor de productos electrónicos que vendía este extranjero en otros países.

Del mismo modo, en el artículo se menciona que el aprendizaje de una segunda lengua puede incrementar las oportunidades laborales y también es una forma de conocer

3

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Gringo: Dícese de una persona proveniente de Estados Unidos de América

los aspectos culturales de otros países. Por ejemplo, el caso de Argentina que ha estado en la obligación de aprender el portugués para poder hacer negocios; conseguir mejores trabajos o de igual manera visitar uno de los territorios con las mejores playas en el mundo, como lo es el caso de su país vecino Brasil, en el cual la ciudad de São Paulo ha desempeñado un gran papel en el mundo por ocupar el segundo lugar en la bolsa de valores seguido de Hong kong y el segundo lugar en empresas petroleras teniendo en el ranking a Petrobras que se encuentra después de Exxon Mobil.

A partir de esta idea, se puede observar que a pesar de que el inglés se ha convertido en un idioma tan importante y universal hay otros idiomas que también nos pueden abrir muchas oportunidades en otros países. Por consiguiente, desde el punto de vista de David Graddol (Cruz, 2006) comenta que anteriormente los institutos académicos se preocupaban porque sus alumnos estudiaran y aprendieran inglés más que todo por una necesidad básica o un estatus social.

No obstante, la globalización ha obligado a que las personas se esfuercen cada vez más por realizar más estudios e investigaciones, teniendo como ejemplo a India que se ha desempeñado en la industria farmacéutica, en la medicina o en los asuntos legales, lo que obliga a que las personas en lugar de tener conocimiento de un inglés básico se preocupen por lograr mejores resultados.

De igual manera, la gente ha tenido más gusto por los viajes y esto ha creado más oportunidades para idiomas como el español, el portugués o el alemán, lo que quiere decir que las personas no pueden pretender llegar a un país hablando solo un idioma teniendo la intención de querer trabajar, puesto que las oportunidades se van abriendo de acuerdo a la cantidad de idiomas que un individuo sepa hablar.

En el cierre de la entrevista, el experto Graddol agrega que no es necesario divulgar la importancia de un idioma, ya que este funciona como una red en donde la cantidad de hablantes se va incrementando según las necesidades del mundo moderno.

Después de hablar de la importancia de saber un idioma también es esencial tener en cuenta el aprendizaje, en donde Carrón, I., (2012) alude a que no es tan sencillo por varias razones, que podrían perturbar la falta de interés del estudiante en su formación, entre las

cuales se encuentran: la motivación, la personalidad, los deseos, las expectativas y los estilos de enseñanza, sin olvidar la relación que tenga con sus compañeros de clase. De igual manera, Williams y Burden (como se cita en Carrón, I., 1999, pp. 123) explican la experiencia que está teniendo el estudiante en su dedicación a los idiomas a través del siguiente fragmento que se encuentra en el libro:

"Debido principalmente al carácter social de dicha empresa y a que el lenguaje pertenece a toda la esencia social de la persona, es una parte de su identidad y se utiliza para transmitir esta identidad a otras personas"

En relación a lo anterior, Maslow. A (1943) en su Teoría de la Motivación Humana establece que el ser humano es movido por el impulso de satisfacer sus necesidades sentidas, definiendo a la necesidad: como el estado de carencia o falta, según su nivel de urgencia, las necesidades humanas se clasifican en una jerarquía que va de mayor a menor, comenzando con las necesidades básicas que son las necesidades fisiológicas y las de seguridad, por lo que se encuentran en la base de la pirámide. Una vez satisfechas estas necesidades comienzan a aparecer en el cerebro humano otras necesidades de un orden superior que hasta no tener satisfechas las necesidades básicas no habían aparecido en su conciencia, estas son las necesidades sociales (afecto, amistad, y pertenencia a un grupo), satisfechas este grupo de necesidades surgen otras a las que se denomina necesidades del ego (prestigio, estatus, autorrespeto) para coronar la escala en las necesidades de autorrealización.

Además de la autoestima existen otros factores que son necesarios para que un ser humano sea aceptado entre su grupo y en consecuencia sean una razón para que la persona se motive a obtener mejores resultados, los cuales el mismo Maslow los organiza de la siguiente manera:

- Autorrealización (dedicación, motivación)
- Aceptación social (amistad, cariño, empatía)
- Seguridad (tranquilidad, armonía, protección)
- Fisiológicas (comida, agua, aire)

De igual manera, José Alcántara (como se cita en Carrón, I., 2012, pp. 279) menciona que la autoestima puede intervenir en el aprendizaje del alumno, ya que si se presentan impedimentos que afecten a estas necesidades fisiológicas el interés y la dedicación por el estudio del idioma ya no será el mismo.

En la siguiente tabla (como se cita en Carrón, I., 2012, pp. 281) se explica por medio de dos columnas el interés o desinterés que puede tener una persona al estudiar un idioma, en donde el enfoque comunicativo (lado izquierdo) define los puntos que impulsan a que el estudiante brinde su tiempo a aprender una lengua y el déficit de autoestima (lado derecho) puntualiza las dificultades o las barreras que pueden obstaculizar la motivación del estudiante.

Tabla 1.

Enfoque Comunicativo	Déficit de autoestima
-Interacción social	-Timidez, retraimiento.
-Trabajar con vacíos de información	-Necesidad de control y ansiedad ante la duda o el desconocimiento.
-Simulación de situaciones orales	-Miedo a hablar en público. Falta de espontaneidad.
-Importancia de la creatividad	-Falta de creatividad o bloqueo por miedo al ridículo.

Fuente: Bermúdez, M. (2000, pp. 30 - 34), citado por Carrón, I. (2012, pp. 281)

En relación a la tabla anterior, el autor también menciona que existen otras variables que influyen en la motivación del alumno, como:

• La ansiedad en la clase de idiomas puede incidir a que la persona entre en el nerviosismo y sienta una inquietud por querer participar en el curso. Incluso las preguntas directas también son un obstáculo, puesto que estas desmotivan a que el individuo quiera interactuar con sus compañeros y esto también se puede observar en el choque cultural que el alumno enfrenta en el momento cuando viaja a otro país.

Asimismo, el cambio de profesor o el método de enseñanza son detalles que pueden ocasionar que el alumno entre en pánico, debido a que estas personas no tienen en cuenta otros factores como respetar el tiempo de sus alumnos al momento que les van adaptando estos nuevos métodos, ya que esto puede llevar a que el alumno pierda la desconfianza, la falta de participación y la timidez en el salón de clase.

- La introversión y la extroversión es una actitud que consiste en la metodología del enfoque comunicativo, en otras palabras, es la razón que impulsa a que los estudiantes sean incluidos en la participación de actividades como los debates, trabajos en grupo, exposiciones, entre otros.
- La asunción de riesgos define la personalidad que tiene el estudiante al asumir el riesgo de la participación y aceptar el reto de la práctica y la corrección para de alguna manera poder mejorar su aprendizaje en el idioma, pero para lograr esto es necesario tener paciencia porque no todos los alumnos tienen el mismo comportamiento y el mismo estilo de aprendizaje.

Entre los factores mencionados se puede decir que estas actitudes tienen sus pros y sus contras, puesto que por el lado positivo el estudiante se preocupa por tener un buen rendimiento y unas buenas calificaciones, pero por el lado negativo no sucede lo mismo, ya que este aprendiz se dedica más a la interacción con sus compañeros y a la participación en el salón de clase, sin embargo su rendimiento en la parte académica va a ser muy diferente.

Por esta razón, es necesario tener en cuenta la manera de mejorar el comportamiento del estudiante por medio de actividades que incrementen el nivel de enseñanza del estudiante, para que en lugar de que sean tímidos puedan ser más participantes en el aula y en lugar de que sean impulsivos puedan ser más aplicados y más dedicados con su rendimiento académico.

#### 2.2. Medios que ayudan a los extranjeros a evitar las barreras del idioma

Entre los medios que ayudan a facilitar la comunicación entre dos o más personas desde el ámbito gramatical, existen aspectos lingüísticos en donde según Romero, D., Alazraki, R., Andrés, N., Berman, B., Etkin, S., Leona, P., Natale, L., Paurolo, A., Pérez, I. y Roich, P. (2012) explican que la lengua se divide en dos dimensiones: semiótico y semántico, en donde a partir de estos puntos se diferencian de todos los sistemas de signos que se presentan en un idioma.

Desde el aspecto semiótico, se puede hablar de que los signos desde tiempos anteriores fueron creados por el ser humano como una forma de comunicación que representan: la cortesía (saludar a una persona), los sistemas de señas (movimientos realizados con las manos para comunicar un mensaje), las señales de tránsito (peatones en la vía o voltear a la derecha), entre otros.

Y desde el aspecto semántico, Benveniste explica que este sistema de comunicación tiene como objetivo representar una palabra o una oración, pero en algunos momentos esto no es así, ya que a una persona se le puede decir la palabra "café" pero esa persona no sabe si entender el mensaje como una bebida o un color.

La representación de estas dos dimensiones lingüísticas se puede entender de mejor manera en la música, como por ejemplo la canción de "Every breath you take" interpretada por el grupo británico The Police, en la cual al escuchar la siguiente frase de la canción (De 10, 2016): "Every step you take, every move you make, I'll be watching you" lo que en español se traduce como: "Cada paso que des, cada movimiento que hagas, te estaré mirando"<sup>2</sup>. Desde el sentido semiótico, el ritmo de la canción tiene un sentido romántico, pero al analizarlo desde el sentido semántico en esta parte de la oración significa que es un hombre que ha sido traicionado por su expareja y que es capaz de hacer cualquier cosa por tener el control total de la mujer.

Por otro lado, en el periódico virtual Tiempo Argentino (Di Nucci, 2014) se menciona un artículo escrito en donde se comenta que la tecnología ha sido una gran ayuda para el ser humano, ya que existen aplicaciones en el celular que en algunos casos se

-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Traducción independiente

pueden usar con o sin conexión a internet, como por ejemplo es el caso de la empresa Google que lanzó una aplicación que se llama Google Translate, la cual fue creada en 2006 y que ha ayudado a muchos usuarios facilitando la comunicación por medio de la traducción de palabras, textos largos e incluso páginas Web, pues su experiencia en el extranjero ha sido difícil debido a que existen países en donde el inglés no ha sido una lengua muy utilizada en algunas comunidades. En el caso de esta aplicación se puede utilizar sin necesidad de estar conectado a Internet y también facilita su uso con la opción de leer en voz alta el texto, con el fin de complicar menos la experiencia del turista.

En relación a la anterior cita, Especialistas como Santiago Kolinowski, director del Departamento de Investigaciones Lingüísticas y Filológicas de la Academia Argentina de Letras, menciona que este tipo de aplicaciones tienen una estructura diferente a la de la mente humana, ya que existen términos que son muy difíciles de traducir, debido al nivel gramatical de una lengua y por esta razón es muy complejo que la tecnología pueda comprender las reglas gramaticales o en otras palabras los dialectos de un idioma.

Por consiguiente, la traductora Vanesa Goggi, Coordinadora de la firma VG Translations, menciona que es difícil para un dispositivo tecnológico comprender el juego de palabras, los dobles sentidos, el humor y la ironía que existe en un texto, debido al nivel de dificultad que tiene un idioma. Del mismo modo, menciona que estos dispositivos no tienen la capacidad de traducir un documento técnico o una obra literaria, ya que el ser humano es quien tiene la habilidad para poder entender el verdadero significado de una oración, en cambio los dispositivos tecnológicos lo traducen palabra por palabra.

En cuanto a la cultura de cada país, las tradiciones también han cambiado ya que se ha tenido como costumbre realizar ciertos comportamientos que son clasificados como correctos o incorrectos en donde el extranjero que viaja a otros lugares además de no tener conocimiento en el idioma, tampoco tiene conocimiento en las creencias de ese territorio y esto causa que el visitante cometa el error de ofender a los habitantes del lugar.

Por esta razón, en el libro de "Introducción a la psicología" (Morris, C., Maisto, A., 2005) se alude a que se presentan a diario actitudes y comportamientos que en el país en donde una persona vive como por ejemplo subirle el volumen al equipo de sonido o

también respetar las señales de tránsito, aunque no se encuentren personas cruzando el camino, sin embargo, existen otras conductas que son muy diferentes a las de otros países, entre algunas de ellas se encuentran:

- La forma de vestir de las mujeres: En el caso de los territorios árabes se cubren la mayor parte de su cuerpo; en Estados Unidos se permite mostrar partes del cuerpo como la cara, los brazos, las piernas y existen otros países en donde es permitido que se utilice menos ropa o simplemente no llevar nada de ropa.
- Qué comer y qué no comer: Entre las comidas más raras o más extrañas para algunas sociedades se presentan Estados Unidos en donde no se come perro; en China no se come queso y en India no se come carne de res. De igual manera, la cultura de cada uno de estos países define su forma de comer, ya sea utilizando las manos, los cubiertos o los palillos.
- La interacción: Existen países en donde se podría decir que se exige un espacio para poder conversar con otra persona, por ejemplo, en el territorio latino y árabe y en países como Francia se acepta tener más acercamiento hacia el otro lo que no es igual en Estados Unidos, en Inglaterra y en Suecia.

De igual manera, en la vida diaria nuestros padres nos enseñan el comportamiento que debemos tener para cada momento y en diversas culturas de una sociedad también se adoctrinan ciertas creencias o valores que son tenidos en cuenta como la correcta forma en donde cada uno de estos integrantes tiene que actuar.

Otra forma para aprender estas lecciones es a través del acondicionamiento, el cual el ciudadano al observar lo que hacen los demás está de alguna manera obligado a hacer lo mismo que ellos hacen, estas acciones ocasionan que los valores y las lecciones sean transmitidas hacia los otros y por ende esto es lo que ocasiona que una sociedad se culturalice cada vez más.

Por otro lado, se encuentran las señas o gestos, los cuales hacen parte de la comunicación no verbal y que son formas que sirven como un medio de comunicación para

los extranjeros cuando viajan a un país en donde no se habla su misma lengua. Esta es una forma de transmitir un mensaje por medio de movimientos con el cuerpo o expresiones con la cara.

La comunicación no verbal en el género masculino y femenino como se explica en el libro El Lenguaje de los Gestos de Flora Davis (1975, pp.40) es un poco diferente en la cultura norteamericana, pues entre algunas de las señas que realizan los hombres se hace referencia a que este en el momento que se observa en una posición inclinada, con la espalda algo encorvada y en un estado tranquilo lo más posible es que está actitud sea para demostrar simpatía con la persona con quien está conversando, pero si ya se pone en el lado contrario en donde se ubica en una posición en donde en lugar de inclinarse apoya su cuerpo en la silla esto quiere decir es una actitud de desagrado. De igual manera ocurre con las mujeres, ya sea que su conducta para demostrar simpatía sea inclinándose hacia adelante o para demostrar rechazo sea echándose hacia atrás.

En relación a lo anterior, el señor Cordón Hewes (pp.41) afirma que existen contiguamente 1.000 posiciones estáticas, entre algunas de ellas se pueden considerar algo cómodas. En el sector occidental, los seres humanos se han olvidado de que existen otras maneras para sentarse y ponerse de pie, lo más interesante de esto es que Hewes alude a que al menos la cuarta parte de las personas tienen como costumbre que para descansar se hincan de rodillas. En la actualidad, la mayoría de los niños toman esta posición para descansar lo que para los adultos es considerado como una postura incómoda, de mala educación y molesta.

En la cultura de otros países como lo es Japón, existen comportamientos que se acostumbran a realizar como por ejemplo sentarse sobre el piso de las casas o también en cuclillas sobre la butaca de un teatro o sobre el asiento de un tren. Otra posición que hacen en África es pararse por largo tiempo sobre una pierna y con la otra doblarla por debajo de la rodilla juntando el pie sobre la otra canilla.

Al momento que el oyente toma conciencia de las diferentes posturas que se realizan en su entorno y en las diferentes culturas que existen en el mundo puede ser considerado como un punto inicial para conocerse a sí mismo, ya sea el caso de que reconozca que cuando está sentado demuestre una barrera juntando los brazos y las piernas.

Por consiguiente, en la página Web Protocolo (2016) se comenta un artículo acerca del estudio de los gestos los cuales el psicólogo Albert Mehrabian opina que son utilizados para comunicar estados y actitudes personales, de igual manera afirma que en una conversación cara a cara el porcentaje en cuanto a la comunicación verbal es de un 35% y más del 65% hace parte de la no verbal.

En este artículo también se menciona que existen gestos que son muy conocidos en otros países, como por ejemplo para afirmar algo se mueve la cabeza hacia adelante y hacia atrás y para negar algo se mueve la cabeza hacia los lados, fruncir el ceño significa que alguien está enfadado, encoger los hombros quiere decir que la persona no entiende algo y hay otros gestos que vienen de los animales como lo es enseñar los dientes en señal de violencia.

Los gestos son una gran forma para que una persona se pueda comunicar, sin embargo, existen casos en donde fingimos al decir una mentira o hasta nos molestamos porque algo nos incomoda o alguien nos molesta, puesto que existen algunos gestos que pueden delatar nuestra personalidad como lo son las cejas, la mirada, los gestos con las manos, entre otros y que también pueden demostrar el comportamiento que tiene una persona.

Algunos de los gestos más universales que se encuentran en la Página Web Protocolo son:

• La señal de OK: La palabra OK tuvo muchos estudios, ya que algunas personas dicen que este término es una desfiguración de la expresión "all correct" en "all korrect", pues al hacer el símbolo con la mano se puede observar que la figura que forman el dedo anular y el dedo medio dan como resultado la consonante K. Otro estudio dice que el significado de esta expresión es el de la palabra en inglés "Knock Out". Además de estas investigaciones, la palabra también tiene otros significados como lo son todo está bien o que no hay problemas, aunque en algunos países se alude

al tema de la homosexualidad por el círculo que se forma cuando se unen los dedos índice y pulgar, en otros países da como significado que algo está invalidado.

• Signo de la "V": Este término fue utilizado por primera vez por Winston Churchill, quien al poner su palma de la mano hacia adentro y los dedos índice y medio hacia arriba, dio como significado la señal de victoria durante la segunda guerra mundial. Sin embargo, en algunos países este término no significa lo mismo si se hace con la palma de la mano hacia adentro, debido a que esto puede ofender la dignidad de una persona.

Asimismo, en el vídeo según Protocolo y Etiqueta (2014) que se encuentra en la misma página se puede observar a la Especialista en Comunicación no Verbal Teresa Baró quien explica el significado de algunos emblemas3:

- Unión y frotación de las palmas de las manos: Significa que una persona tiene frio.
- Señalar con la palma de la mano derecha el estómago: Esto decir que a la persona le duele esta parte del cuerpo.
  - Dedo medio levantado: Gesto para ofender a alguien.

Asimismo, en el artículo de la revista ECOS que se llama "El lenguaje de los gestos en español" (Azañedo, 2012) que habla acerca de esta forma de comunicación, en la cual las personas transmiten mensajes por medio de su cuerpo que equivalen al 60% de la comunicación no verbal. Por consiguiente, en este artículo se exponen diferencias de culturas como lo son la americana y la europea, entre las cuales la primera tiene una manera de acercamiento con la persona a quien le está hablando y la segunda evita completamente el contacto mientras está trasmitiendo el mensaje.

En relación a lo anterior, el Grupo Punset Producciones a través de la Página Web Youtube (2007) publicó un caso de lenguaje de gestos en donde una mujer a quien le llama la atención el hombre quien la acompaña en el elevador, menciona diferentes aspectos de la

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Emblema: Seña voluntaria que tiene como significado una palabra y que la persona a quien se le transmite este gesto tiene conocimiento del mismo.

comunicación no verbal por los cuales el cuerpo transmite mensajes por medio de los gestos o señas.

Esta mujer comenta que las palabras solo hacen parte del 7% del mensaje, el tono de la voz se encuentra entre el 20 al 30%, el lenguaje corporal desde un 60 a un 80%, es decir, que aproximadamente el 93% del mensaje hace parte de la comunicación no verbal.

En el momento que estas dos personas entran al elevador, la mujer comienza a sentir un estrés que la hace sentir nerviosa, siente que el corazón le acelera y comienza a sudar y esto se debe a que se ha activado el sistema nervioso autónomo de su cuerpo.

Otro aspecto es el humor, el cual es una reacción involuntaria, debido a que esto hace que la persona haga comentarios tardos, se sienta avergonzada y al mismo tiempo el color de su cara comienza a cambiar de poco a poco por un tono rojizo.

Un tercer aspecto es el sistema visual que es el que tiene más vínculo con las emociones, pues esto produce reacciones en el cuerpo como la descoordinación de la mirada y la perturbación en los músculos oculares. Por estas razones es que se dice que "una mirada vale más que mil palabras".

En la última parte de este caso, la mujer observa que el comportamiento y las señas que emite el hombre en cuanto a aspectos como las pupilas dilatadas, la forma como la observa y los músculos orbiculares de los ojos, le hace entender que existe una atracción hacia ella.

En cuanto al ámbito médico, desde hace algún tiempo las personas han comenzado a sufrir un síndrome conocido como el síndrome de Tourette<sup>4</sup>. En el libro "Historias del cerebro: La cocinera que perdió el olfato y la chica que no podía parar de correr" (Folgarait, A., Merello, M., 2013), se puede observar el caso de Paula, quien sufre el síndrome de Tourette, en el cual una chica realiza movimientos bruscos que son malentendidos por la gente como si le estuviera pegando a su madre.

14

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Síndrome de Tourette: Es una especie de enfermedad que afecta el sistema nervioso del cuerpo humano, que hace que la persona realice movimientos rápidos, involuntarios y bruscos.

De igual manera, el conocimiento que se presenta por parte de la ciudadanía acerca de este síndrome es muy escaso y esto lleva a que no entiendan de qué sufre la persona, ya que cuando los ciudadanos que observan a alguien realizando una serie de movimientos extraños, lo pueden entender como una forma de lástima o de burla hacia la víctima. En Argentina se presentó un estudio (Nuñez, A., 2015) en donde el actor Ariel Nuñez se hizo pasar como enfermo del síndrome e inicia su recorrido por medio del Subte de la Ciudad de Buenos Aires, en donde se puede observar cómo la gente se burla de él o entienden la razón que causa su comportamiento.

En el caso de la tecnología, en el periódico virtual El Patagónico se publicó un artículo (Países Bajos, 2015), en el cual se comenta que la Empresa Holandesa de Aviación KLM emprendió su proyecto en el Aeropuerto de Ámsterdam - Schipol sobre un robot llamado Spencer que ayuda a que los pasajeros que tienen conexión a otro vuelo tomen el camino correcto, con el fin de evitar pérdidas de tiempo, debido a que varios de los individuos se han extraviado por el gran tamaño del aeropuerto y por las barreras del idioma.

Este ejemplo del robot es un ejemplo de la evolución como ha avanzado la tecnología, puesto que el robot Spencer no solo acompaña a los pasajeros, sino que también tiene la habilidad de poder estar con otros grupos y al mismo tiempo reconocer sus emociones y sus conductas.

El Vicepresidente de Innovación y Atención al Cliente de la empresa Air France KLM, expresa su opinión al respecto:

"La llegada de la robótica es, estratégicamente, un importante desarrollo para el que nos hemos preparado y que queremos experimentar. KLM considera que la robótica tendrá un impacto cada vez mayor en el transporte aéreo en los próximos años. Estamos probando esta tecnología en diferentes áreas, para descubrir si la robótica puede mejorar nuestros procesos y de qué manera".

### 2.3. Turismo idiomático: Experiencias en otros países

El turismo idiomático es una modalidad de turismo cultural que consiste en que los turistas durante sus vacaciones se interesen por aprender una segunda lengua y al mismo tiempo aprovechen sus espacios libres para practicar el idioma con los locales y de conocer los diversos atractivos turísticos que se encuentran en el destino.

De acuerdo a la OMT (como se cita en San, 2016) define el concepto de turismo idiomático 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".

Hasta el día de hoy esta forma de turismo se ha convertido tan popular en muchos países que incluso los mismos turistas comentan su experiencia acerca de aspectos como el la hospitalidad de los ciudadanos, la atención del personal en los diversos establecimientos, la capacidad para hablar otros idiomas, etc. Y esto lo hacen a través de sitios web relacionados con los viajes, como por ejemplo uno de ellos es Trip Advisor.

Asimismo, en estas páginas Web relacionadas con los viajes se han observado comentarios que describen la experiencia de turistas que han visitado países en donde no se habla su mismo idioma y entre algunos de esos cortos testimonios se comentan los aspectos positivos y negativos del lugar en donde estuvieron estas personas presentes.

En la página de Trip Advisor se encuentra el comentario .de una persona quien alude a que en el Puente Alexandre III ubicado en París, Francia hay que tener cuidado con la seguridad, ya que existen personas que tratan de "embaucar", lo que se entiende en otros términos en engañar a los turistas, pero de cualquier manera la persona indica que este lugar turístico es de admirar y de apreciar.



**Fuente: Trip Advisor (2017)** 

Otro de los lugares turísticos es la Gran Muralla China en Mutianyu, en la cual el turista manifiesta que estaba en la búsqueda de alguna excursión que lo llevara al lugar, ya que el problema de los ciudadanos de este territorio es que casi nadie habla inglés.



**Fuente: Trip Advisor (2017)** 

Por último, el Canal de Panamá se presenta como un lugar turístico con falta de información, ya que de acuerdo a algunas de las personas que han visitado el lugar mencionan que no hay información por parte del personal y desafortunadamente pasan un mal viaje por no poder ver pasar los barcos a través del canal.



**Fuente: Trip Advisor (2016)** 

Por otro lado, en el libro de Magadán y Rivas (2015) indican que el turismo idiomático es muy popular en países como España, Reino Unido, Francia y Alemania. Algunos de los ejemplos de las personas quienes realizan este tipo de actividad son: los extranjeros quienes oscilan entre las edades por un lado de 14 y 30 años y por otro lado mayores de 55 años. Estas personas realizan actividades relacionadas con la gastronomía y la cultura.

Otro grupo de personas son los estudiantes, entre los cuales algunos de ellos dependen económicamente de sus padres y de esta manera aprovechan sus vacaciones para viajar a otro país como Au Pair, es decir, como cuidadores de niños en donde la persona quien ocupa su tiempo en esta labor obtiene como beneficio permanecer en la casa, alimentación y una remuneración por parte de padres de los pequeños.

Adicionalmente, en el libro se menciona que existen agencias que se encargan de realizar los trámites necesarios para que los estudiantes puedan realizar su intercambio a otro país, o también de buscarles una familia que este requiriendo la ayuda de los estudiantes Au Pair.

Otro caso de turismo idiomático es el de Argentina, en donde el aprendizaje de la lengua española se ha vuelto una motivación para los turistas y quienes en su mayoría prefieren dirigirse a este país, lo que lo convierte en el mayor receptor de aprendices hispanohablantes de los países que hacen parte de Latinoamérica. De acuerdo a Mateu, J.

(2014) la mayoría de los extranjeros se dirigen a ciudades como Buenos Aires, Córdoba, Bariloche, entre otras, con el único objetivo de poder aprender y hablar la lengua española.

El turismo idiomático es otra de las razones por las cuales Argentina ha sido promocionado en el exterior y de esta manera muchas personas van allí a aprender una nueva lengua, ya que en el anterior artículo se menciona también que Carlos Gutiérrez, quien ocupaba en ese entonces el cargo de secretario ejecutivo del Asesor de Turismo de Buenos Aires y quien actualmente es el vicepresidente de la Academia Argentina de Turismo, afirma que de cada 100 estudiantes 87 se dirigen a Buenos Aires. Por esta razón, esta ciudad ha sido escogida para realizar el V Congreso Internacional de Turismo Idiomático.

Igualmente, Argentina ha tenido un buen reconocimiento en cuanto a la enseñanza con el español por parte del SEA (Asociación de Centros de Idiomas), esto ha permitido que los extranjeros también puedan recorrer el país, por ejemplo, algunos de ellos opinan que Argentina es un país hospitalario en donde se puede disfrutar de la gastronomía, conocer de la cultura y disfrutar de las diferentes actividades que se ofrecen allí.

En el caso de los estudiantes que vienen con sus familiares, disfrutan el tiempo para conocer el destino y la ventaja es que los jóvenes no van a un centro universitario, sino a una escuela de la misma ciudad, con el fin de que puedan interactuar con todo lo que esta les puede ofrecer.

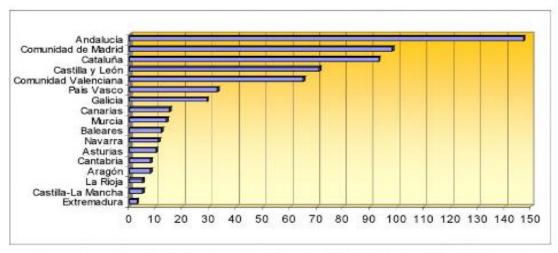
De igual manera, Carlos Gutiérrez menciona que las escuelas organizan sus clases de lunes a jueves, con el propósito de que los jóvenes puedan recorrer la ciudad y hasta tienen la opción de mudarse a otra que les llame la atención a continuar sus clases, debido a que esta experiencia les permite tener más conocimiento del país.

Cabe mencionar, la facilidad de transportarse de Brasil a Argentina, puesto que esto ha permitido la movilización de que las personas provenientes de Belo Horizonte se puedan dirigir a Córdoba para estudiar español, y también para hablar sobre temas financieros o de negocios.

Por otro lado, en este artículo se alude el caso de otros estados que también promocionan el idioma con el interés de que la gente quiera viajar y aprender. Por ejemplo, Estados Unidos se ha hecho muy popular por sus películas y por algunas de sus ciudades que han desempeñado un gran papel en diversos ámbitos como lo son Nueva York o Miami; Australia que se destaca por sus paisajes; Italia por la comida; Francia por sus pinturas y sus construcciones.

El turismo idiomático también se presenta en España en donde de acuerdo a Ferrari, G., Montero, J. M., Mondéjar, J., Vargas, M. (2013) este tipo de turismo ha popularizado al país por la gran cantidad de escuelas en la enseñanza de la lengua española que se encuentran en cada una de las provincias de este destino.

Entre los 627 institutos que se encuentran en el país y que se dedican a la enseñanza de este idioma se presentan los siguientes índices: las universidades públicas o privadas (8,5%), las escuelas oficiales de idiomas (8,9%) y las escuelas privadas de español para los extranjeros (82,6%). En el siguiente gráfico se puede observar el número de las escuelas en orden descendente:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Instituto de Turismo de España, 2008.

# Fuente: Instituto de Turismo de España (2008), citado por Ferrari, G., Montero, J. M., Mondéjar, J., Vargas, M. (2013, pp. 57)

En el gráfico se pueden observar las diversas ciudades que hacen parte de las provincias de Andalucía, Madrid, Castilla y León, Cataluña y la Comunidad Valenciana,

entre las cuales la mayor parte de las academias se encuentran en la provincia de Andalucía (147 centros) y la menor parte en la Comunidad Valenciana (166 centros), lo que significa que hay un problema en la repartición de los centros en cada una de las provincias.

Asimismo, se planeó analizar dos puntos importantes:

• La demanda potencial: En esta investigación realizada por el Instituto Cervantes en el año 2006, en donde se investigó que el número de estudiantes que se encuentran en diversos países estudiando la lengua española fue de un total de 14 millones de jóvenes, lo que es admirable decir que este idioma es el segundo más hablado en el mundo después del inglés.

En el continente americano se pudo concretar el resultado de aprendices que se encuentran en los siguientes países: 6 millones en Estados Unidos; 11 millones en Brasil y por último Canadá con un total de 93.000 estudiantes. Estos números se deben a la gran influencia que han realizado los hispanos en el ámbito demográfico, político y económico.

En los otros continentes se presentan los siguientes resultados: 3.5 millones en Europa; 520.000 en África y por último 175.000 en Asia-Pacífico.

• La demanda actual: El Instituto de Turismo de España también hizo una recopilación de los países que están exigiendo el aprendizaje de la lengua española, ya que en algunos se considera que para la vida profesional es necesario estudiar este idioma. Entre estos países se encuentra Francia, Alemania, Italia, Suecia, Reino Unido, Países Bajos, Suiza, Canadá, Brasil, Estados Unidos, China, Corea del Sur, Japón y Filipinas.

Otro ejemplo es el de la empresa Turilang (2014), la cual se dedica a ofrecer programas de turismo para aprender español con el propósito de que la gente a través de actividades en cuanto a turismo religioso, cultural, de naturaleza, de playa, excursiones, festivales, presentaciones musicales, talleres de cerámica y gastronomía, entre otras tengan

más conocimiento de la lengua y de esta forma vayan mejorando sus habilidades en escritura, lectura, escucha y habla.

Adicionalmente, los estudiantes tienen clases en donde pueden aprender las reglas gramaticales del idioma para que así puedan tener un buen dominio del mismo, debido a que algunos de ellos se encuentran en el proceso de preparación de presentar un examen en donde se hace una prueba del conocimiento que tienen las personas en la lengua española. Algunos de estos exámenes son el DELE (Diplomas de Español como Lengua Extranjera), el ELE (Español como Lengua Extranjera) y el SIELE (Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española).

En la pestaña de testimonios de la página Web de la empresa Turilang se pueden observar las opiniones que algunos de los estudiantes han tenido durante su estadía en la escuela, y de igual manera se hace la recomendación para las personas que están interesadas disfruten de esta gran experiencia.

Existe otra página Web que es una especie de blog en donde las personas expresan las experiencias que han tenido en otros países donde no se habla su idioma de origen como es el caso de Alejandro (Castrelo, s/f) quien escribió un artículo acerca de su historia cuando llegó a Inglaterra.

Este muchacho llegó a sus 16 años a Brighton que es una ciudad de Inglaterra a estudiar inglés en una escuela. Él menciona que desde que llegó a este país siempre trató de comunicarse de alguna manera y la primera vez que lo intentó se encontraba ese día en un auto con dos mujeres provenientes de Lituania, a quienes les preguntó que como estaban y cuáles eran sus nombres. La reacción de las mujeres fue que no entendieron nada de lo que este les dijo y de igual manera se rieron por la forma como pronunciaba las palabras.

Después de presentar el examen para saber las aptitudes que tenía en el idioma fue ubicado en un nivel A2, es decir, un nivel aproximadamente intermedio. Al asistir a las clases, Alejandro no entendía por completo lo que el profesor decía, aunque la escritura y la lectura se le facilitaban por los ejercicios que tuvo en su colegio, las habilidades auditivas y orales se le dificultaban cada vez más.

El lugar donde él se hospedaba era una residencia donde también se encontraban estudiantes de otros países como Turquía, Albania, Checoslovaquia y Francia con quienes se tenía que comunicar por medio de señas, y después de haber vivido esta experiencia reitera que tenía que hacer algo diferente para poder avanzar en la comunicación con el idioma.

Al final, Alejandro pudo tener un buen nivel en inglés y de esta manera vivió varias experiencias donde pudo conocer a personas de diferentes nacionalidades, además de recomendar e investigar otros métodos para aprender un idioma.

En los hospitales también se presentan estos inconvenientes de la comunicación como lo es el del diario informativo de Nueva York, según Serrano, J., Corbin-Mark, C. (2015), en donde Silvina de la Iglesia, quien es la Administradora del Programa de Asistencia Lingüística del Hospital Jamaica, se encarga de que haya una buena comunicación tanto para los pacientes como para el personal médico, pues ella afirma que en el hospital la mayoría de los habitantes casi no hablan muy bien inglés y asimismo la cantidad de idiomas que se hablan en el lugar llegan hasta 140, entre los cuales se encuentran el árabe, bengalí, hindi, entre otros.

Por esta razón, Silvina coordina el servicio de traducción e interpretación teniendo a su cargo 350 personas quienes han sido entrenados, con el fin de prestar un buen servicio a los pacientes.

En el momento que cada una de las personas llega a requerir algún servicio en el edificio, el personal les pregunta cual idioma ellos prefieren escoger para que de esta manera el intérprete les facilite la comunicación principalmente con los doctores. En el caso de que el traductor del idioma requerido no se encuentre en el hospital, Silvina tiene la opción de llamarlo y de esta manera esta persona pueda facilitar la comunicación entre el paciente y el doctor por medio de dos auriculares, por los cuales la persona al explicar el problema que tiene el doctor escucha la traducción y observa los gestos que el hablante le hace, puesto que esto es importante para poder entender el mensaje.

Además de este método de traducción también se encuentra una especie de robot que acompaña a Silvina por todas las áreas del edificio, el cual permite que los sordomudos puedan tener una conversación por medio de señas con un intérprete y de esta manera se facilite la comunicación con los doctores del lugar.

#### 2.4.Importantes personajes en la República Argentina

La República Argentina ha sido reconocida en el ámbito del turismo por aspectos entre los cuales se puede apreciar la riqueza arquitectónica de los edificios construidos años atrás; el arte del baile al ritmo de instrumentos que hacen parte de la cultura del tango o la charla con otra persona en compañía de una bebida como el mate. Estas características son lo que ha causado un interés no solo para cualquier persona que viaja a algún territorio, sino también para las figuras que han sido reconocidas por tener alguna habilidad en la música, la escritura, el cine, entre otros. Entre algunos de ellos que han comentado su experiencia al visitar el país son los siguientes:

- Albert Einstein (1879 1955): El investigador conocido en el mundo por su premio Nobel de Física en 1921. En el libro "Historias curiosas de templos de Buenos Aires" (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2011) fue invitado por la Universidad de Buenos Aires y por la Sociedad Hebraica Argentina para realizar una conferencia acerca de la Teoría de la Relatividad. Al mismo tiempo aprovechó el momento para ir a la sinagoga, en la cual se reunió con la ACILBA (Asociación Comunidad Israelita Latina de Buenos Aires).
- Antoine de Saint-Exupéry (1900 1944): El famoso escritor francés del libro "El Principito" y entre algunas de sus obras "Tierra de Hombres", "Vuelo Nocturno", y "Piloto de Guerra" también vivió una gran experiencia en la Argentina, ya que en un artículo escrito por Alasio, M. (s/f) y publicado en la agencia de viajes Patagonia-Argentina se comenta que Antoine llegó al país el día 12 de octubre de 1929 y fue el primer piloto de la aerolínea Aeroposta Argentina. En el año de 1931, conoció a Consuelo Suncin con quien contrajo matrimonio.

En una de sus cartas describe la impresión que tuvo al llegar al país:

"¡Qué bello país y cómo es de extraordinaria la Cordillera de los Andes! Me encontré a 6500 metros de altitud, en el nacimiento de una tormenta de nieve. Todos los picos lanzaban nieve como volcanes y me parecía que toda la montaña comenzaba a hervir..." (Alasio, s/f).

Por otro lado, National Geographic (2012) menciona que el francés condujo su primer avión a los 11 años y como consecuencia conoció muchos lugares que le llamaron la atención, además de Argentina, entre los cuales están: La Cordillera de los Andes, los bosques, la estepa, los valles y las costas patagónicas.

Finalmente, en una de sus cartas se cita un fragmento, en el cual expresa el gran placer que sitió al haber visitado la República Argentina para así regresar a su país:

"Me encontraba en Argentina como en mi propio país, me sentía un poco vuestro hermano y pensaba vivir largo tiempo en medio de vuestra juventud tan generosa". (National Geographic, 2012).

• Luciano Pavarotti (1935 – 2007): Esta celebridad italiana es conocida en todo el mundo por ser uno de los cantantes más importantes en la ópera. Dentro de su vida artística se presentó varias veces en Argentina sobre la cual opina:

"Buenos Aires, para mí, es uno de los recuerdos más fuertes que tengo grabados en la memoria, es algo que predomina y que siempre está presente, porque allí viví momentos bellísimos, tanto en el Teatro Colón como en las calles de la ciudad. ¡Jamás me olvidaré de la llegada a Buenos Aires con las calles repletas de gente, con carteles que me daban la bienvenida!" (La Nación, 2007).

Dentro de sus experiencias en uno de los hoteles de la ciudad de Buenos Aires, comenta:

"Aquí hay un ejemplo de los recuerdos que conservo: cuando llegué a Buenos Aires, me alojé en un hotel que tenía una mesa en la que alguna vez habían cenado la Callas y Toscanini. Decidí, inmediatamente, comprarme esa mesa y llevármela a Italia. Hoy, ésa es la mesa que tengo en mi casa de Módena" (La Nación, 2007).

En sus argumentos demuestra el amor y el gusto que siente por el país, ya que en este periódico de La Nación (2007) se comenta que en el año 1991 el cantante de ópera realizó un concierto al aire libre en la Avenida 9 de Julio en donde estuvieron presentes 20.000 espectadores. Entre otras de sus presentaciones se recuerdan: En el Campo Argentino de Polo (1995) y en el Estadio Alberto J. Armando que es también conocido popularmente como la cancha de la Boca (1999) en donde estuvo acompañado de Mercedes Sosa proveniente de Tucumán.

La despedida de este reconocido cantante estaba preparada para realizarla el día 26 de marzo del año 2006, pero no se pudo realizar debido a una lesión de columna y después de un tiempo empeoró su estado de salud con un cáncer de páncreas que provocó su muerte.

• Willard Carroll Smith (1968): Este famoso actor que ha sido una gran representación en el mundo del cine también visitó la República Argentina en el año 2013 para trabajar en su nueva película "Focus". En su experiencia al conocer el país expresó que las mejores cosas que encontró en el país fueron la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la carne y la música (Clarín, 2015).

Dicho lo anterior, el actor señala que la mejor elección al haber escogido el país fue por la cercanía que tuvo con su personaje de la película y también por su agradable estadía en el hotel, ya que si se hubiera grabado en los estudios de Warner Bros en Burbank no hubiera sido lo mismo.

De igual manera, en este artículo se alude a que la productora de la película Denise Di Novi agradeció al actual presidente Mauricio Macri de este país por la gran hospitalidad que le brindó al equipo del filme en el desarrollo de esta cinta que se desarrolló en diversos sectores como el bar San Pedro Telmo, Caminito, la pileta del Faena Hotel, entre otros.

#### 3. Diagnóstico

## 3.1.Perfil y estadísticas de los franceses y brasileños en la República Argentina

#### 3.1.1. Perfil del turista francés y brasileño en la República Argentina

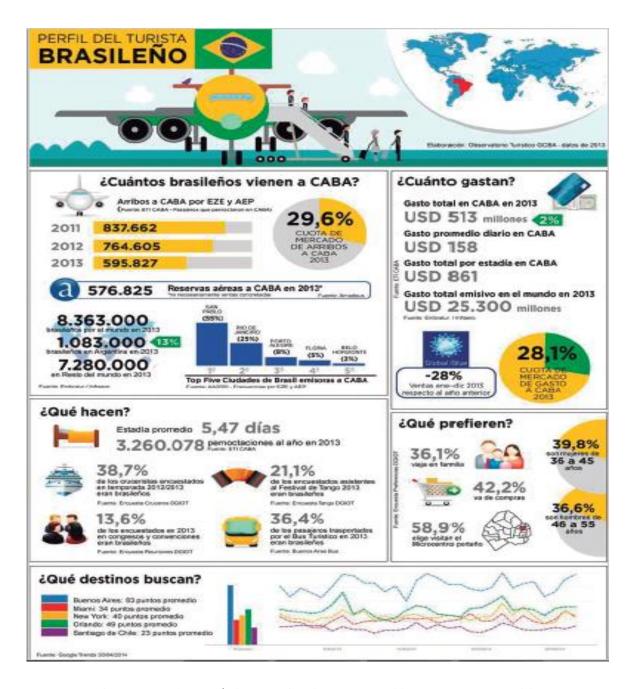
Entre los principales turistas que con mayor frecuencia visitan el país se encuentran por un lado, los franceses quienes hasta el día de hoy han sido recordados por sus avances en diferentes ámbitos y sus construcciones. Por otro lado, los brasileños por su baile y la felicidad que transmiten hacia las personas.

No obstante, en el momento de solicitar la información al Observatorio del Ente de Turismo acerca del perfil de los turistas franceses en la República Argentina la respuesta fue que en el momento ellos tienen a su disposición cifras estadísticas, pues el material del perfil de estos ciudadanos se encuentra en la etapa de construcción.

En cuanto al turista brasileño, en una imagen realizada por el Observatorio Turístico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2013) acerca de esta nacionalidad, se explica que en el año 2011 se presentó una cantidad de 837.662 brasileños en los diversos aeropuertos que se encuentran en el país, lo que a diferencia del año 2013 descendió a un total de 595.827.

Por consiguiente, las actividades favoritas de los brasileños son: el bus turístico (36,4%), el tango (21,1%) y por último las compras (42,2%). En cuanto a la pernoctación, el promedio de la estadía es de 5.47 días representando a lo largo del año 2013 un total de 3.260.078 días.

El sector más visitado en la capital por la nacionalidad de estos ciudadanos es el microcentro porteño con un resultado del 58,9%, y entre sus destinos más elegidos es la Ciudad de Buenos Aires con un promedio de 83 puntos.



Fuente: Observatorio Turístico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2013)

# 3.1.2. Datos estadísticos de franceses y brasileños que llegan a la República Argentina

De acuerdo a los datos suministrados por la Dirección Nacional de Migraciones (s/f), en el siguiente gráfico se pueden observar algunos datos estadísticos que representan

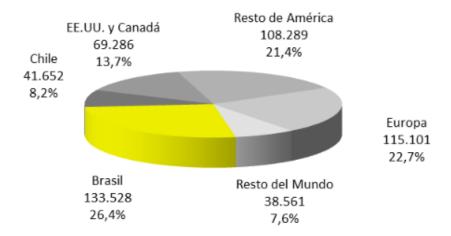
las llegadas de los turistas franceses (incluida la pernoctación) hacia los principales aeropuertos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en donde se alude a que entre el año 2010 y 2015 se determina un promedio de 70.000 turistas receptores, ya que a pesar de que en el año 2010 se presentaron 74.403 pasajeros en el año 2015 se ha presentado un decremento, a excepción del año 2011, de 70.012 pasajeros.

Llegadas de franceses a la Argentina (con pernocte) por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery										
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % 2015/2014	2016	Var % 2016/2015	
Total	74.403	76.471	69.411	67.731	70.803	70.012	-1,1%	38.439	2,2%	
Enero	8.634	8.655	8.023	7.767	7.429	8.755	17,8%	8.476	-3,2%	
Febrero	7.145	8.537	7.737	6.170	6.753	7.348	8,8%	7.780	5,9%	
Marzo	8.821	9.167	8.397	8.218	7.861	7.797	-0,8%	7.789	-0,1%	
Abril	6.022	6.699	5.914	5.653	5.550	5.757	3,7%	6.668	15,8%	
Mayo	4.320	4.740	4.496	4.860	4.779	4.501	-5,8%	4.316	-4,1%	
Junio	4.015	3.339	3.468	3.408	3.405	3.448	1,3%	3410	-1,1%	
Julio	4.167	4.175	3.755	3.868	4.358	4.051	-7,0%	1	-	
Agosto	6.240	5.754	5.006	5.107	5.750	5.498	-4,4%	1	-	
Septiembre	3.792	3.810	3.198	3.264	3.302	3.266	-1,1%	1	-	
Octubre	4.453	4.401	4.079	4.109	4.535	4.375	-3,5%	-	-	
Noviembre	8.059	7.980	7.248	7.772	8.436	7.218	-14,4%	1	-	
Diciembre	8.735	9.214	8.090	7.535	8.645	7.998	-7,5%	1	-	

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística, SSDT, Ministerio de Turismo, en base a la información suministrada por la Dirección Nacional de Migraciones, s/f

Por consiguiente, en el siguiente gráfico encontrado en el Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires (2014), quien menciona de igual manera que Brasil se ubica como el principal mercado en América con la mayor cantidad de arribos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con un total de 133.528 pasajeros que han llegado a los principales aeropuertos de la República Argentina que son el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Ezeiza) y el Aeropuerto Jorge Newbery (Aeroparque).

Gráfico 2. Procedencia de los turistas internacionales ingresados por Ezeiza y Aeroparque que visitaron CABA. Primer trimestre 2014



Fuente: Elaboración del Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires en base a datos de ETI, 2014

#### 3.2. Observaciones en la investigación del trabajo

En el desarrollo del marco teórico se pudo observar que:

• La importancia y la necesidad de aprender un segundo idioma en el ámbito turístico es muy vital, no sólo por la experiencia que la persona enfrente en el destino a causa de las circunstancias y las barreras que se le presentan en la lengua, sino también por la relación que pueda tener con el guía turístico respecto a la información que le está contando a quienes se encuentran a su alrededor al momento de hablar sobre los aspectos más importantes que han acontecido en cierto destino.

De igual manera, los desarrollos tecnológicos a pesar de que se han convertido en un medio de traducción para que una persona logre entender más fácilmente un idioma, no alcanzan a igualar la capacidad que tiene la mente de un ser humano para poder comprender el nivel gramatical de un idioma, y asimismo entender las diversas expresiones idiomáticas que se presentan en el mismo.

- Otro punto a tener en cuenta es la experiencia que han comentado las personas en los diversos sitios Web de viajes, ya que es punto importante para mejorar su experiencia y asimismo para evitar los comentarios negativos como robos, engaños a los turistas o el trato del personal en los diferentes establecimientos turísticos para los visitantes.
- Es interesante investigar y conocer un poco de los acontecimientos que han ocurrido en Argentina por tener como ejemplo a personas de otras nacionalidades, que a pesar de que han realizado algún avance importante en este país, también recuerdan alguna anécdota que hizo que su experiencia fuera mucho mejor en este territorio.

#### 3.3. Análisis de las entrevistas

En las entrevistas se encontraron las siguientes observaciones:

En la primera entrevista, el profesional en turismo **Santiago Cano**<sup>5</sup> menciona que es muy importante analizar el idioma del país al cual se quieren promocionar los servicios turísticos o la cultura del país local o de otra manera utilizar un idioma universal para facilitar la comunicación entre las personas.

Por consiguiente, Santiago afirma que el idioma más recomendable y más utilizado en el mundo entero para facilitar esta comunicación es sin duda el inglés.

En cuanto a la nacionalidad que con mayor frecuencia viene a visitar la República Argentina son los brasileños y asimismo este intercambio permanente ha originado una combinación en el lenguaje de estos territorios que es el "portuñol" que es una mezcla del portugués y el español.

Entre los servicios que se ofrecen hay una gran diferencia para los turistas del continente europeo y americano, ya que los europeos de países como Francia, Italia y Alemania no se interesan tanto por un turismo urbano, sino más bien por un turismo más

32

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Santiago Cano: Profesional en Turismo y Director de Estudios del Instituto IFSeT (Instituto de Formación Superior en Turismo).

alternativo en donde se puedan realizar actividades que tengan relación con la naturaleza, como por ejemplo el avistaje de aves que es un producto muy adquirido por los franceses y que como ejemplo especial se ofrece en los Esteros del Iberá.

En el caso del continente americano se presenta un intercambio constante de los turistas de Brasil, Argentina Chile y Uruguay quienes a pesar de tener una similitud geográfica y paisajística se interesan mucho por la cultura de su país vecino.

Entre las actividades que más realizan los turistas brasileños puede variar desde visitas, convenciones, esquiar y compras.

Otro punto son las opciones que se ofrecen para que los turistas puedan recorrer los diversos sectores de la ciudad, las cuales se pueden realizar por medio de la bicicleta o también existe la opción de visitar otras ciudades como lo son Tigre o las Islas del Delta en donde se pueden observar paisajes muy llamativos.

Por último, Santiago aclara que los guías turísticos están bien capacitados en el dominio de idiomas como el portugués y el alemán, lo cual no se presenta solo en la Ciudad de Buenos Aires, sino también en los Esteros del Iberá que se encuentran ubicados en la Región Litoral y Salta que está localizada en el Norte Argentino.

En la segunda entrevista con el profesional en turismo **Alejandro Rodríguez**<sup>6</sup> comenta que al contactarse con las personas siempre lo hace en español o en inglés, ya que él no tiene conocimiento del francés.

Por consiguiente, el trato con la persona al llegar a territorio argentino se ofrece un servicio en donde se tiene como preferencia el idioma para el disfrute de su viaje ya sea un servicio privado que es el idioma que habla la persona o un servicio regular que es en español o inglés.

En algunos momentos puede existir el caso de que la persona al tomar el servicio del bus tome la decisión de pagar exclusivamente por un guía turístico que le traduzca la información sobre los aspectos que han acontecido en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el idioma que hable el turista.

-

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Alejandro Gutiérrez: Director de la Agencia de Turismo Argie

Entre las nacionalidades con las que Alejandro más se ha relacionado manifiesta que en su experiencia se ha contactado con personas correspondientes al territorio Latinoamericano, Caribeño y de todos los países que sean hispanohablantes.

De igual manera, las personas en sus principales razones para viajar es el hacer turismo, lo cual entre sus preferencias es disfrutar de la experiencia dependiendo de los gustos que tenga el viajero, entre los cuales la agencia de turismo Argie puede ofrecer ya sea un espectáculo para ver a la noche en donde tradicionalmente está la cena show de tango; los cititours temáticos que aluden a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los cuales se encuentran: iglesias, museos o bares notables o incluso la salida a Tigre.

Por último, Alejandro agrega que cada destino refleja la nacionalidad del turista dependiendo de las actividades que le guste hacer, es decir, en el caso de los brasileños prefieren dirigirse a un lugar en donde haya nieve como lo es Bariloche y en el caso de los europeos prefieren ir a destinos como Iguazú, Bariloche, El calafate y Ushuaia. Otro destino es Puerto Madryn en donde se presenta el avistaje de ballenas.

En la tercera entrevista con el guía turístico **Sergio Carpuso**<sup>7</sup> comenta que desde el año 1.999 ha ofrecido sus servicios como informante turístico, lo cual hasta el día de hoy lo sigue haciendo y también ha hecho circuitos por diversos barrios de la ciudad como La Boca, Caminito, Recoleta, entre otros.

De igual manera, él menciona que la mayoría de los turistas que llegan a visitar el país provienen de países del continente Americano, Europeo y Oceánico quienes en su mayoría son franceses y brasileños.

Entre las actividades que prefieren realizar los turistas franceses se encuentran la arquitectura, y los eventos culturales como la ópera y la música clásica. En cambio los turistas brasileños prefieren otro tipo de actividades como las compras, la gastronomía y la vida nocturna.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Sergio Carpuso: Guía turístico del Centro de Atención al Turista del barrio Puerto Madero, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En su experiencia, Sergio ha conocido personas de muchos países entre los cuales algunos de ellos como lo son Corea del Norte y Macedonia los denomina como casos raros porque su visita no es muy frecuente dentro del territorio argentino.

Adicionalmente, en los centros de información turística se han implementado múltiples servicios, con el principal objetivo de que los turistas se sientan bien recibidos y acogidos en el país. Asimismo, las personas que se encuentran en estos centros tienen el conocimiento necesario para hablar idiomas como inglés, portugués, francés e italiano.

No obstante, existen turistas quienes a pesar de que no tienen dominio de la lengua española intentan comunicarse con las personas que encuentran en estos centros únicamente por querer tener una interacción cultural con el ciudadano y también por familiarizarse más con el país.

Entre las preferencias que tienen los turistas brasileños, Sergio menciona que las personas de esta nacionalidad prefieren visitar lugares que son de gran importancia para el país como la Plaza de Mayo y la Casa Rosada.

De igual manera, en el caso de los barrios es interesante la forma como él describe las actividades que se pueden realizar en cada uno de estos sectores, ya que se podría decir que están especializados para realizar un tipo de entretenimiento diferente, por ejemplo en Puerto Madero se encuentra una apetecida oferta gastronómica; en Recoleta y San Telmo la historia de los importantes acontecimientos que ocurrieron en el país; en Caminito la diversidad de colores; en Palermo el turismo natural y la vida nocturna y en el municipio de Tigre los paseos en barco.

Algo por agregar es que entre las actividades que se promocionan y a las cuales se dedican a realizar los turistas el trekking es el que con mayor frecuencia se realiza, el cual consiste en visitar a pie diferentes puntos turísticos de la ciudad.

Por consiguiente, el Gobierno de la Ciudad ha tenido en cuenta otro tipo de turismo que es el accesible en donde se han implementado diferentes tipos de servicios para que las personas discapacitadas también tengan más facilidad para movilizarse.

Algunos de los servicios que se ofrecen son las guías digitales que indican los lugares en donde existe la presencia de rampas para discapacitados o también el sistema Braille que se encuentra en las estaciones de colectivo y en las ranuras que tienen las baldosas de las estaciones de Subte para que las personas se ubiquen y sepan dónde deben esperar el transporte.

En la última entrevista con el guía turístico **Hernán Zapiola**<sup>8</sup> cuenta que se recibió en esta profesión en el año 1.998 y desde el año 2.000 se dedica a realizar recorridos en la ciudad.

En su experiencia ha trabajado con personas provenientes de Estados Unidos y del Territorio Europeo, los cuales en su mayoría son turistas de habla inglesa. En la mayoría de los casos Hernán afirma que el inglés es el idioma que más utiliza para comunicarse con estos ciudadanos, ya que él afirma que lo maneja como si fuera su lengua materna.

Al momento de preguntarle sobre los lugares que más les interesan o les solicitan los turistas franceses y portugueses, él explica que no frecuenta mucho con encontrarse con este tipo de turistas, por lo cual se le preguntó por los turistas no hispanohablantes entre los cuales solicitan visitar lugares como: Recoleta (El cementerio), La Boca, San Telmo, Palermo, Puerto Madero y entre las actividades que les gusta realizar Hernán explica que cada barrio o sector tiene su especialidad ya sea para comer, para ir a un museo, entre otros.

Respecto a la promoción de los circuitos turísticos que ofrece la ciudad de Buenos Aires, opina que el bus turístico es el medio de transporte que la mayoría de las personas conocen.

### 3.4.Sondeos

Los siguientes datos fueron recogidos por medio de un sondeo aplicado a 15 turistas no hispanohablantes que se encuentran disfrutando de sus vacaciones en la ciudad Autónoma de Buenos Aires. Las preguntas del sondeo fueron traducidas a los correspondientes idiomas como el inglés, el portugués, el francés y el alemán.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Hernán Zapiola: Guía turístico de la Empresa Furlong Incoming

Cada uno de estos turistas contestó una serie de nueve (9) preguntas con respecto a su experiencia en la ciudad y las ventajas o desventajas que han tenido para poder comunicarse.

# 3.4.1. Sondeo en español

# **SONDEO**

1.	¿Cuál es su nacionalidad?		
2.	¿Cuál es su edad? Marque con una X		
	20-30 31-40 41-50 51-60 61-70		
	71-80		
١.	¿Cuál es su sexo?		
	Femenino Masculino		
١.	¿Qué aspectos lo incentivaron a venir a la ciudad Autónoma de Buenos Aires?		

5.	¿Cuáles son los lugares turísticos que más le llaman la atención de la Ciudad		
	Autónoma de Buenos Aires? Marque con una X		
	El Obelisco		
	La Casa Rosada		
	El Teatro Colón		
	El Cementerio de la Recoleta		
	La Boca		
	Planetario Galileo Galilei		
	Floralis Genérica (Parque de la Flor) Plaza del Congreso		
	Puente de la Mujer		
	Museo Histórico Nacional		
	¿Otro?		
6.	¿Ha sido fácil la comunicación durante su estadía en la ciudad Autónoma de Buenos		
	Aires?		
	Si No		
	¿Por qué?		
7.	¿Qué tipo de gestos o señas podría mencionar o ha utilizado para facilitar la		
	comunicación con las personas quienes no hablan su mismo idioma?		
	1 ordin		
	19118		
	13		

	Tener frío
8.	¿Ha participado en algún circuito turístico? Califique de 1 a 10 la experiencia que
	ha vivido en estos circuitos.
	Si No
	Calificación:
9.	¿Qué sugerencia o recomendación podría dar para que la experiencia pueda ser
	mejor durante el trayecto turístico?
3.4	1.2. Traducción en portugués
	SONDAGEM
1.	¿Qual é a sua nacionalidade?
2.	¿Qual é a sua idade? Marque com um X
	20-30 31-40 41-50 51-60 61-70
	71-80
3.	¿Qual é seu sexo?
	Feminino Masculino

¿Que aspectos lhe incentivaram a vir à Cidade Autónoma de Buenos Aires?		
¿Quais são os lugares turísticos que mais lhe chamaram a atenção da Cidade		
Autónoma de Buenos Aires? Marque com um X		
El Obaliana		
El Obelisco La Casa Rosada		
El Teatro Colón		
El Cementerio de la Recoleta		
La Boca		
Planetario Galileo Galilei		
Floralis Genérica (Parque de la Flor)		
Plaza del Congreso		
Puente de la Mujer		
Museo Histórico Nacional		
¿Outro?		
¿Foi fácil a comunicação durante sua estadia na Cidade Autónoma de Buenos		
Aires?		
Allo:		
Sim Não		
¿Por quê?		
6 1		

7.	¿Que tipo de gestos ou sinais você pode mencionar ou teve que utilizar para facilita		
	a comunicação com as pessoas que não falam seu mesmo idioma?		
_	Ter frio		
8.	¿Você participou em algum circuito turístico? Qualifique de 1 a 10 a experiência que viveu nesses.		
	Sim Não		
	Qualifição:		
9.	¿Que sugestão ou recomendação pode dar para que a experiência possa ser melhor durante o trajeto turístico?		
3.4	3.3. Traducción en francés		
1.	SONDAGE ¿Quelle est votre nationalité?		
2.	¿ Quel est votre âge? Marquer d'un X.		

	20-30 31-40 41-50 51-60 61-70
	71-80
3.	¿Quel est votre genre?
	Féminin Masculin
4.	¿ Quels sont les aspects qui vous ont encouragé à venir à la ville autonome de
	Buenos Aires ?
5.	¿Quels sont les endroits touristiques qui vous attirent les plus à la ville autonome de
	Buenos Aires ? Marquer d'un X.
	El Obelisco
	La Casa Rosada
	El Teatro Colón
	El Cementerio de la Recoleta
	La Boca
	Planetario Galilei
	Floralis Genérica (Parque de la Flor) Plaza del Congreso
	Puente de la Mujer
	Museo Histórico Nacional
	¿Autre?

5.	¿La communication a été facile pendant votre séjour dans la ville Autonome de			
	Buenos Aires ?			
	Oui Non			
	¿Pour quelle raison?			
7.	¿Quel genre de gestes ou signes pourriez mentionner ou avez-vous utilisés pour faciliter la communication avec les personnes qui ne parlent pas votre langue?			
_	Avoir froid			
8.	¿Avez-vous participé d'un circuit touristique? Pouvez-vous le qualifier de 1 à 10 selon l'expérience vécue pendant ces circuits			
	Oui Non			
	Qualification:			
9.	¿Quelles suggestions ou recommandation pourriez-vous donner afin que l'expérience peut être la meilleure pendant le voyage touristique ?			

# 3.4.4. Traducción en inglés

# **SURVEY**

1.	¿What is your nationality?
2.	¿How old are you? Mark with an X
	20-30 31-40 41-50 51-60 61-70
	71-80
3.	¿What is your gender?
	Female Male
4.	¿What aspects motivated you to visit the autonomous city of Buenos Aires?
	<u></u>
5.	$\dot{\epsilon}$ Which touristic places interested you the most in the autonomous city of Buenos Aires? Mark with an X
	El Obelisco
	La Casa Rosada
	El Teatro Colón

	El Cementerio de la Recoleta
	La Boca
	Planetario Galileo Galilei
	Floralis Genérica (Parque de la Flor)
	Plaza del Congreso
	Puente de la Mujer
	Museo Histórico Nacional
	¿Other?
6.	¿Has your communication been easy during your visit in the autonomous city of Buenos Aires?
	Yes No
	¿Why?
7.	¿What kind of gestures or signals can you mention or have you used with people who do not speak your same language?
	To be cold

8. ¿Have you participated in any touristic tour? Grade from 1 to 10 the experience you have lived during these tours.

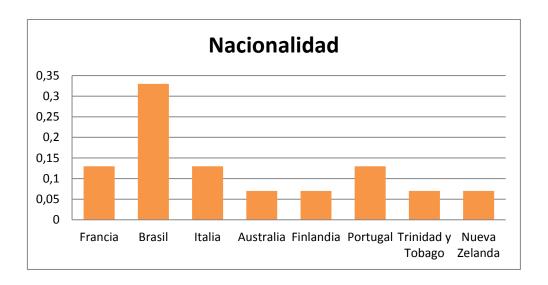
nce could

### 3.5. Análisis de los sondeos

Los resultados obtenidos al realizar los sondeos se pueden reflejar en los siguientes gráficos que representan cada una de las preguntas que se hicieron a los respectivos turistas.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

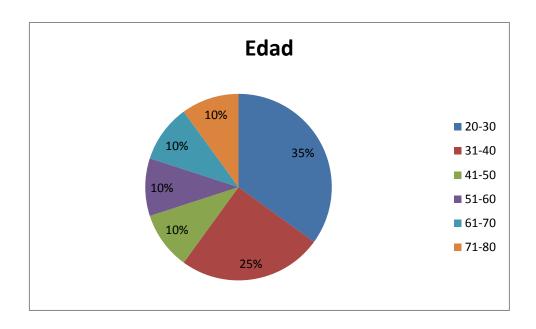
Nacionalidad	
Francia	13%
Brasil	33%
Italia	13%
Australia	7%
Finlandia	7%
Portugal	13%
Trinidad y Tobago	7%
Nueva Zelanda	7%



Entre los entrevistados, la mayor parte de ellos provienen de Brasil; seguido de Italia, Portugal y Francia con un total de 6 personas y por último Australia, Finlandia, Trinidad y Tobago y Nueva Zelanda con 4 entrevistados.

# 2. ¿Cuál es su edad? Marque con una X

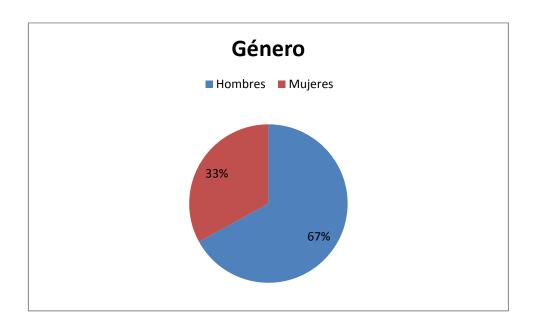
Edad	k
20-30	35%
31-40	25%
41-50	10%
51-60	10%
61-70	10%
71-80	10%



En los resultados obtenidos se puede observar en este gráfico que las personas entrevistadas entre su mayoría tienen de 20-30 años y los de menor edad se encuentran entre los 41-50; 61-70 y 71-80 años.

# 3. ¿Cuál es su sexo?

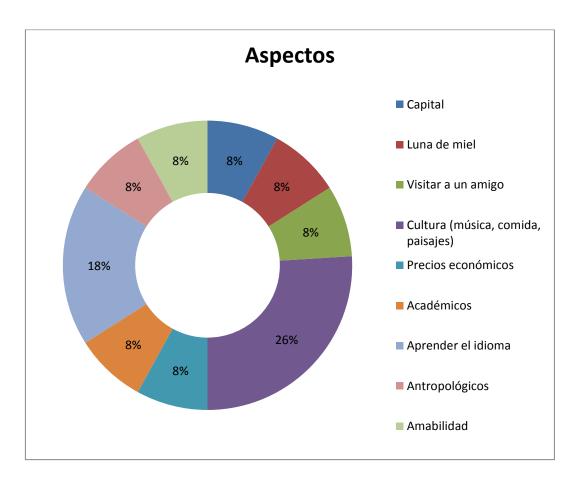
Género		
Hombres	Mujeres	
67%	33%	



En el gráfico se puede observar que la mayoría de estas personas son hombres y la minoría son mujeres.

4. ¿Qué aspectos lo incentivaron a venir a la ciudad Autónoma de Buenos Aires

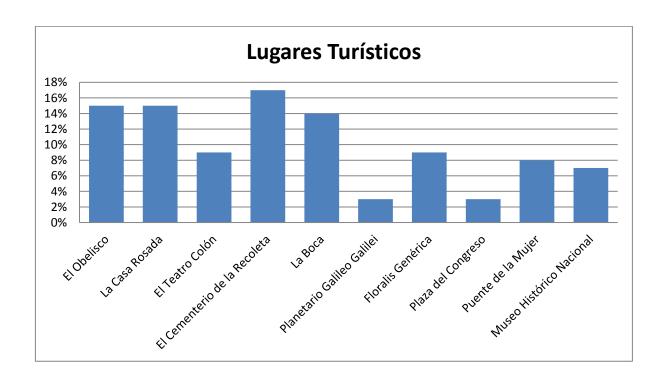
Aspectos		
Capital	8%	
Luna de miel	8%	
Visitar a un amigo	8%	
Cultura (música, comida, paisajes)	26%	
Precios económicos	8%	
Académicos	8%	
Aprender el idioma	18%	
Antropológicos	8%	
Amabilidad	8%	



Los entrevistados respondieron que entre los aspectos que más los incentivaron a venir a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en orden ascendente a descendente fue por causa de la cultura (40%); luna de miel, la capital (6%); precios económicos, visita a un amigo, amabilidad, antropológicos y académicos (7%) y por último por aprender el idioma (13%).

5. ¿Cuáles son los lugares turísticos que más le llaman la atención de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires? Marque con una X

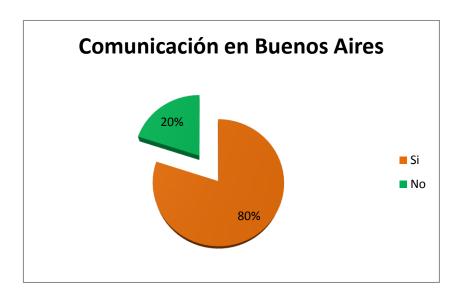
Lugares Turísticos		
El Obelisco	15%	
La Casa Rosada	15%	
El Teatro Colón	9%	
El Cementerio de la Recoleta	17%	
La Boca	14%	
Planetario Galileo Galilei	3%	
Floralis Genérica	9%	
Plaza del Congreso	3%	
Puente de la Mujer	8%	
Museo Histórico Nacional	7%	



Los lugares turísticos que más les llamaron la atención a los turistas que se encontraban recorriendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fueron en su mayoría El Cementerio de la Recoleta y en su minoría El Planetario Galileo Galilei y la Plaza del Congreso.

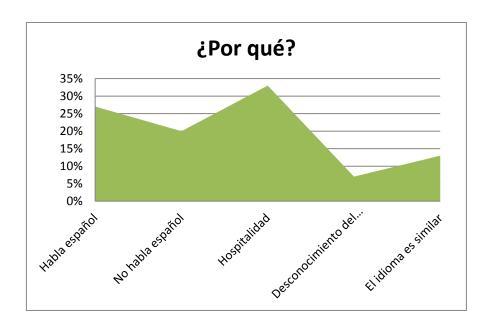
6. ¿Ha sido fácil la comunicación durante su estadía en la ciudad Autónoma de Buenos Aires?

Comunicación en Buenos Aires			
Si	80%		
No	20%		



¿Por qué?

¿Por qué?		
Habla español	27%	
No habla español	20%	
Hospitalidad	33%	
Desconocimiento del país	7%	
El idioma es similar	13%	



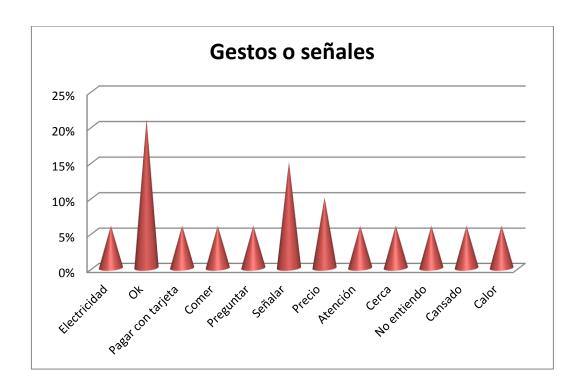
En estos dos gráficos anteriores se puede observar por un lado que la mayoría de las personas no han tenido algún inconveniente al recorrer la capital Argentina y por otro lado la hospitalidad por parte de los ciudadanos ha ayudado a facilitar la ubicación de los turistas.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que a pesar de que hay muchos brasileños visitando la capital Argentina también es necesario tener en cuenta que existen personas que han tenido problemas en el recorrido del lugar por causa de no hablar la lengua española.

7. ¿Qué tipo de gestos o señas podría mencionar o ha utilizado para facilitar la comunicación con las personas quienes no hablan su mismo idioma?

Gestos o señales			
Electricidad	6%		
Ok	21%		
Pagar con tarjeta	6%		
Comer	6%		
Preguntar	6%		
Señalar	15%		
Precio	10%		
Atención	6%		

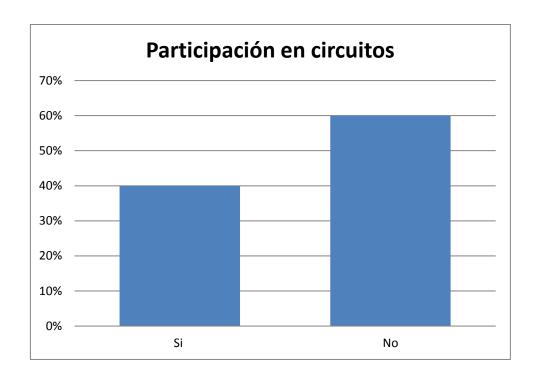
Cerca	6%
No entiendo	6%
Cansado	6%
Calor	6%



Los gestos o señales más usuales por parte de los turistas para tratar de facilitar la comunicación son Ok, señalar hacia algún lado y también el precio.

8. ¿Ha participado en algún circuito turístico? Califique de 1 a 10 la experiencia que ha vivido en estos circuitos.

Participación en circuitos				
Si	40%			
No	60%			



La mayoría de las personas entrevistadas que han recorrido los diversos puntos de la ciudad no han participado en ningún circuito turístico.

9. ¿Qué sugerencia o recomendación podría dar para que la experiencia pueda ser mejor durante el trayecto turístico?

Sugerencias o recomendaciones		
Transporte	50%	
Мара	4%	
Amabilidad en restaurantes	6%	
Falta de señalización	11%	
Mejor seguridad	11%	
Aprender el idioma	6%	
Comunicación en museos	6%	
Atención con los turistas	6%	



Entre las sugerencias o recomendaciones que se pudieron observar por parte de las personas que hicieron parte de este punto de la investigación se indagó que entre su mayoría mencionaron que existe la ausencia de transporte e incluso hace falta mejorar la seguridad y la señalización para quienes visitan la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

# 3.6.Análisis de las visitas guiadas gratuitas realizadas por el Ente de Turismo de Buenos Aires

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires en página Web de turismo ofrece más de 50 visitas guiadas gratuitas en español e inglés, entre las cuales el visitante tiene la decisión de realizarlas de día o de noche y también en diversos medios de transporte ya sea en monopatines o autos eléctricos, remando, corriendo, caminando o en bicicleta.

En su oferta también se ofrecen los paseos temáticos: el bus "barrios futboleros", el circuito papal siguiendo la huella de Francisco I, paseos de rock, de tango o templos porteños.

Durante la investigación de campo no participativa en cinco de estos recorridos circuitos turísticos se observó que el guía turístico con un grupo de alrededor de 15 personas en su minoría no hispanohablantes al comenzar el recorrido, preguntaba las nacionalidades de cada uno de los participantes y de esta manera en una hora determinada comenzaba con su relato, acerca de los aspectos importantes que anteriormente habían ocurrido en cada uno de estos territorios.

A pesar de que durante el relato no se hizo interacción con el guía ni con el grupo poblacional, sino que se interesó más en observar la forma como el guía a pesar de tener conocimiento de la nacionalidad de cada una de estas personas, nunca se preocupó por saber si la información que les transmitía la podían entender, por lo cual se pudo observar que estas personas que no hablaban el mismo idioma le pedían a otra persona o a la persona quien los acompañaba que le tradujeran la información para de esta manera entender la información que recibían acerca de los aspectos importantes que acontecieron en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

A pesar de que en la página de turismo de la Gobernación de Buenos Aires se pueden encontrar varias opciones de circuitos realizados en español e inglés sería bueno considerar idiomas como el francés o el portugués, que como ya se ha visto a lo largo de la investigación son las nacionalidades que con más frecuencia visitan la República Argentina.

Los cinco recorridos circuitos en donde se realizó la presente observación de campo fueron los siguientes:

- Visita guiada nocturna: Avenida Corrientes (sector de San Nicolás)
- Visita guiada Recoleta (sector de La Recoleta)
- Visita guiada San Telmo (sector de San Telmo)
- Visita guiada nocturna: Puerto Madero (sector de Puerto Madero)
- Visita guiada nocturna Avenida Alvear (sector de la Recoleta)

### 3.7. Análisis de la Empresa Buenos Aires Bus

Este servicio de transporte está conformado por las empresas Derudder Hermanos y Rotamund S.R.L, el cual se brinda principalmente para que los turistas que llegan a visitar la Ciudad Autónoma de Buenos Aires conozcan las construcciones que han sido de gran importancia para el territorio, las cuales están divididas en tres líneas que recorren los siguientes puntos en donde de igual manera los turistas pueden tomar el transporte: Azul (Diagonal Norte, Av. de Mayo, Plaza del Congreso, Paseo de la Historieta, San Telmo, Plaza Dorrego, Usina del Arte, La Bombonera, La Boca – Caminito, Costanera Sur, Puerto Madero, Río de la Plata y Galerías Pacífico); Rojo (Av. 9 de Julio, Plaza San Martín, Floralis Genérica, Malba (conexión)<sup>9</sup>, Plaza Italia, Palermo Soho I, Distrito Arcos I, Bosques de Palermo (conexión), Monumentos a los Españoles (conexión), Museo Nacional de Bellas Artes, Recoleta, Teatro Colón) y Verde (Malba (conexión), Planetario, Club de Pescadores, Parque de la Memoria, El Monumental, Belgrano – Barrio Chino, Campo Argentino de Polo, Bosques de Palermo (conexión), Distrito Arcos II, Palermo Soho II, Monumento a los Españoles (conexión).

Por un lado, la mayor parte del funcionamiento del transporte es muy positivo en cuanto al tiempo del recorrido en los diferentes barrios, los lugares que se visitan, la sincronización de los audios con los puntos turísticos, la facilidad para tomar el transporte y la forma de pago es únicamente en pesos argentinos en donde los precios pueden variar dependiendo del tiempo y de si el ciudadano: es mayor de 12 años (24 horas – \$490) o menor de 12 años (24 horas – 650\$); si es residente en el país (24 horas – \$350): menores de 12 años (24 horas - \$260) y menores de 12 años (48 horas – \$340); si es jubilado (260\$); si se va en un determinado grupo de personas: 2 adultos + 2 menores entre 4 y 12 años (24 horas – \$1510). Es imprescindible el manejo de otras monedas extranjeras, ya que esto puede dificultar la experiencia que puede vivir el turista en su estadía en la ciudad.

Sin embargo, entre las fallas que se encontraron en este medio de transporte se concretaron algunas observaciones que pueden llegar a apenar la experiencia del turista en

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Conexión: El pasajero puede hacer la conexión con las otras rutas (azul, roja y verde).

el país, como por ejemplo el mensaje que se observa en los folletos que se encuentran en las sucursales de la empresa y también en la página Web es que se ofrece un audio de diez idiomas cuando en realidad solo están en funcionamiento cinco y en algunos de los dispositivos se presenta la falla de uno o varios idiomas.

Asimismo, el bus a pesar de que ofrece un servicio automatizado de audios pregrabados, como se mencionó anteriormente y de imágenes proyectadas por las pantallas que se encuentran en el transporte; estas nunca se pudieron observar, ya que las mismas estuvieron apagadas todo el tiempo durante los dos recorridos que se tomaron en el trabajo de campo: azul y rojo.

4. Propuesta de intervención

4.1.Síntesis del problema a resolver

En tiempos recientes, las personas que viajan a otro país en donde no se habla su

mismo idioma pasan por la vergüenza de que la gente se burle de ellos por su forma de

comunicarse con los demás y esto genera una mala experiencia hacia ellos, ya que esto

hace que su experiencia en el destino no sea la misma y por consiguiente los obliga de

alguna manera a tratar de buscar una forma de comunicarse con los locales del lugar.

Por esta razón, la propuesta para el presente trabajo de investigación tiene como

idea principal crear un circuito turístico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en

donde se tengan en cuenta idiomas como el francés y el portugués, con el fin de que las

personas que vienen de otros países en donde se habla un idioma diferente al español se

sientan más cómodos al asistir en las actividades turísticas en compañía de los guías

turísticos, los cuales durante el recorrido les explicarán a los turistas en este caso

franceses y portugueses acerca de la importancia que tienen los atractivos turísticos que

se tuvieron en cuenta para ser parte del circuito turístico de este proyecto.

4.2. Título de la propuesta de mejora

Circuito turístico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en francés y en portugués.

Período de ejecución

Fecha de inicio: Febrero de 2018

Fecha de finalización: Julio de 2018

4.3. Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Estudiar las formas de comunicación alternativas utilizadas por los extranjeros de

idioma no español durante su estadía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires,

Argentina.

60

# **Objetivos específicos**

- 1) Analizar la necesidad y la importancia de estudiar un idioma adicional tanto para los guías turísticos como para los extranjeros que visitan un país en donde no se habla su mismo idioma.
- 2) Analizar la precisión de realizar un circuito turístico con un guía y no con un dispositivo electrónico.
- 3) Analizar la cantidad de turistas tanto franceses como brasileños que han visitado la República Argentina durante el período más reciente.
- 4) Presentar una lista de los diferentes lugares turísticos de la ciudad Autónoma de Buenos Aires que van a ser parte del circuito turístico.

# 4.4.Estrategia a implementar

Estrategia a implementar			
Actividades	Tiempo	Resultados esperados	
Contratación y entrenamiento de los guías turísticos	2 meses	Buen trato y comunicación con los visitantes	
Promoción del recorrido por medio de volantes, redes sociales, medios de comunicación.	1 mes	Conocimiento y participación de las personas que están interesadas en asistir al circuito turístico	
Creación de un relato de los aspectos más importantes de los lugares turísticos traducido en portugués, francés e inglés	2 meses	Establecer un tiempo considerable para la duración del recorrido e identificar un camino adecuado del mismo para la conformidad y	
Elaboración del circuito turístico	1 mes	agrado de los participantes.	

### 4.5.Descripción del procedimiento y actividades a desarrollar

	Meses					
Actividades	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Capacitación y contratación de los guías turísticos						
Promoción del circuito por los diferentes canales de comunicación						
Establecer los lugares más atractivos para el circuito turístico por medio de las encuestas con los turistas no hispanohablantes						
Establecer el esquema del circuito turístico						

### 4.6. Acciones previstas para la evaluación de la intervención

En el transcurso del proyecto se realizará un cronograma en donde se revisará el cumplimiento y ejecución de cada una de las tareas que se planificarán para lograr que los turistas se sientan satisfechos durante el recorrido del circuito. Asimismo, los guías turísticos serán entrenados para cumplir pautas como el tiempo del recorrido y el trato con los visitantes, para que de esta manera se logre realizar una adecuada organización en cada una de las acciones para este plan de turismo.

### 5. Conclusiones

A partir del análisis realizado en la presente investigación, acerca de las dificultades idiomáticas para disfrutar de una experiencia turística para el caso de los franceses y brasileños en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se puede concluir que:

- Actualmente, la importancia de aprender una segunda lengua se ha convertido en algo de mucho interés, ya que al tener la misma comunicación con otra persona se logra tener una mayor confiabilidad a diferencia de lo que sería con un instrumento tecnológico, lo que se ha considerado que no tiene la misma capacidad de manejar el mismo nivel gramatical de un idioma a diferencia de como lo hace un ser humano. Además, la interacción comunicativa que se está teniendo con el turista le lleva a interesarse más por recorrer el territorio y por saber más de la cultura de ese país.
- Desde el sentido lingüístico, los gestos que hace una persona, es decir la comunicación no verbal, también es una forma de comunicarse con otras personas a partir de expresiones corporales, no obstante hay que tener cuidado al observar personas que realizan cierto tipo de movimientos extraños como lo son las victimas que sufren de enfermedades como el síndrome de Tourette.
- En el ámbito informático también se presentan las experiencias que tuvieron los turistas al visitar un territorio, ya que en páginas Web como Trip Advisor se analizaron los comentarios, más los negativos que los positivos, en donde el sistema turístico de determinado país presenta algunas fallas que han deprimido el viaje de sus visitantes.

En relación a lo anterior, las nuevas actividades que se han creado para motivar a que las personas viajen a un país, como lo es el caso comentado anteriormente acerca del turismo idiomático que se ha convertido en una oportunidad turística para aprender la lengua que se habla en ese país y al mismo tiempo para interactuar con los mismos

habitantes. Asimismo, esta actividad ha presentado positivos resultados estadísticos en el turismo receptivo de una nación.

• En cuanto a las entrevistas, los profesionales Sergio Carpuso y Santiago Cano mencionan que el turismo en el país se ha desarrollado notablemente al instruir a los guías turísticos en diferentes idiomas y de igual manera existe una gran diversidad de actividades entre las cuales los turistas pueden escoger la que más este a su preferencia. Además, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires los organismos han creado facilidades en las estaciones de colectivo o subte para las personas invidentes.

A partir de estas observaciones, los Organismos de Turismo de los diferentes países se deberían preocupar más por la atención que le pueden brindar a los turistas, mejorando las fallas que se presentan en las diferentes actividades e instruyendo a los turistas para que tengan más conocimiento y manejo de otros idiomas a diferencia del inglés.

### 6. Bibliografía

- Alasio, M. (s/f). Saint Exupéry en la Patagonia. Recuperado el 12 de mayo de 2016 de http://www.patagonia-argentina.com/saint-exupery-en-la-patagonia
- Alcántara, A. (2001), citado por Carrón, I. (2012, pp. 279). Déficit de autoestima evaluación, tratamiento y prevención en la infancia. Madrid: Pirámide.
- Azañedo, V. (19 de abril de 2012). El lenguaje de los gestos en español. Revista
   ECOS. Recuperado el 8 de junio de 2016 de http://www.ecos-online.de/la revista/edicion-actual/el-lenguaje-de-los-gestos-en-espanol
- Castrelo, A. (s/f). Como aprendí inglés por mi cuenta sin colegio bilingüe, padres nativos ni novia extranjera. Recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://viviralmaximo.net/como-aprendi-ingles-por-mi-cuenta-sin-colegio-bilinguepadres-nativos-ni-novia-extranjera/
- Carrón, I. (2012). "Se me dan mal los idiomas" Aspectos psicológicos que pueden influir en la adquisición de lenguas extranjeras. *Didáctica. Lengua y Literatura* (Vol. 25) (pp. 276-291). IES Norba Caesarina de Cáceres. Cáceres, España.
- Clarín (28 de febrero de 2015). Will Smith: "Me encanta Buenos Aires, su carne, su música". Recuperado el 15 de octubre de 2016 de http://www.clarin.com/extrashow/cine/Will\_Smith-Focus\_0\_1312068993.html
- Cruz, J. (7 de octubre de 2006). El español ganará la partida al inglés. Recuperado el 7 de agosto de 2017 de https://elpais.com/diario/2006/10/07/sociedad/1160172015\_850215.html
- De 10 (5 de enero de 2016). 10 canciones con "doble sentid" que no volverás a escuchar de la misma forma. Recueperado el 7 de agosto de 2017 de

http://de10.com.mx/top-10/2016/01/05/10-canciones-con-doble-sentido-que-no-volveras-escuchar-de-la-misma-forma

- Di Nucci, S. (22 de julio de 2014). El turismo dice adiós a las barreras del idioma con los traductores online. Recuperado el 11 de mayo de 2016 de http://tiempoargentino.com/nota/4672/el-turismo-dice-adios-a-las-barreras-delidioma-con-los-traductores-online
- Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2014). *Mercado Brasil: Coyuntura y perspectivas para 2016* (pp. 7, 20, 22, 23). Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Ferrari, G., Montero, J. M., Mondéjar, J., Vargas, M. (2013). El turismo idiomático en España. Una panorámica. *Investigaciones, métodos y análisis del turismo* (pp.55 59). España: Septem Ediciones.
- Folgarait, A., Merello, M. (julio de 2013). La moza que hacía gestos obscenos.
   Historias del cerebro: La cocinera que perdió el olfato y la chica que no podía parar de correr. Ciudad de Buenos Aires: Debate
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2011). Y Albert Einstein fue al templo de la calle Piedras. *Historias curiosas de templos de Buenos Aires* (pp. 171). Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Grupo Punset Producciones (8 de junio de 2007). Lenguaje corporal. Recuperado el 23 de mayo de 2016 de https://www.youtube.com/watch?v=tL7DJtprLw8
- La Nación (6 de septiembre de 2007). Sus recuerdos del Teatro Colón. Recuperado el 12 de mayo de 2016 de http://www.lanacion.com.ar/941435-sus-recuerdos-delteatro-colon

- Magadán, M., Rivas, J. (2015). Turismo idiomático y educativo. *Turismo y tendencias* (pp. 27 28). Septem.
- Mateu, Jessica (28 de septiembre de 2014). El auge del turismo idiomático aterriza en Buenos Aires. Recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://www.lanacion.com.ar/1730333-el-auge-del-turismo-idiomatico-aterriza-enbuenos-aires
- Ministerio de Turismo, s/f. Llegadas de franceses a la Argentina (con pernocte) por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Ministerio de Turismo. Anuario estadístico de turismo 2014, página 27. Recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/anuariosestadisticos
- Ministerio de Turismo. Anuario estadístico de turismo 2014, página 33. Recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/anuariosestadisticos
- Morris, C., Maisto, A. (2005). Introducción a la psicología, cognición y lenguaje
   (pp. 225-226) (Primera Edición). México: Pearson Educación.
- Morris, C., Maisto, A. (2005). Introducción a la psicología, psicología social (pp. 431) (Primera Edición). México: Pearson Educación.
- National Geographic (2012). Los caminos de Saint Exupéry a su paso por Argentina. Recuperado el 12 de mayo de http://www.nationalgeographic.com.es/viajes/los-caminos-de-saint-exupery-a-supaso-por-argentina\_6460

- Nuñez, A. (9 de diciembre de 2015). Vamos para el mismo lado! (con Tourette en el subte. Recuperado el 8 de junio de 2016 de https://www.youtube.com/watch?v=wfn\_1Nr\_F6I
- Países Bajos (13 de diciembre de 2015). Diseñan un robot para asistir a turistas en el aeropuerto de Ámsterdam. Recuperado el 23 de mayo de 2016 de http://www.elpatagonico.com/disenan-un-robot-asistir-turistas-el-aeropuertoamsterdam-n1458719
- Protocolo (7 de abril de 2016). Comunicación no verbal. La importancia de los gestos. Recuperado el 22 de mayo de 2016 de https://www.protocolo.org/social/conversar\_hablar/comunicacion\_no\_verbal\_la\_im portancia\_de\_los\_gestos\_i.html
- Protocolo y Etiqueta (20 de enero de 2014). Los emblemas. Gestos voluntarios.
   Recuperado el 22 de mayo de 2016 de https://www.youtube.com/watch?v=qMSRQSSSI-s
- Romero, D., Alazraki, R., Andrés, N., Berman, B., Etkin, S., Leona, P., Natale, L., Paurolo, A., Pérez, I., Roich, P. (2012). El enunciativismo lingüístico, *problemas del lenguaje y la comunicación* (pp. 175-177) (Primera Edición). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Nueva Librería.
- Serrano, J., Corbin-Mark, C. (6 de julio de 2015). Derriban barrera idiomática en hospitales de Queens. Recuperado el 23 de mayo de 2016 de http://www.eldiariony.com/2015/07/06/cuando-de-salud-se-trata-a-cada-quien-suidioma/
- San, A. (2016). Turismo idiomático: un viaje hacia el aprendizaje del inglés. La evolución del turismo internacional (pp. 6). Recuperado el 12 de julio de 2017.
   Universidad de la Rioja

- Turilang (2014). Turismo idiomático en español. Recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://www.turilang.com/es/turismo-idiomatico/
- Varela, E. (s/f). La importancia de hablar otro idioma. Recuperado el 12 de mayo de 2016 de http://entremujeres.clarin.com/trabajo/educacion-aprender-segundoidioma\_0\_1334267320.html

# 6.1.Bibliografía de imágenes

- Instituto de Turismo de España (2008), citado por Ferrari, G., Montero, J. M., Mondéjar, J., Vargas, M. (2013, pp. 57). El turismo idiomático en España. Una panorámica. *Investigaciones, métodos y análisis del turismo* (pp.55 – 59). España: Septem Ediciones.
- Ministerio de Turismo, s/f. Llegadas de franceses a la Argentina (con pernocte) por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Tabla 1. Bermúdez, M. (2000, pp. 30 34), citado por Carrón, I. (2012, pp. 281).
   Déficit de autoestima evaluación, tratamiento y prevención en la infancia. Madrid:
   Pirámide.
- TripAdvisor (marzo de 2017). Puente Alexandre III. Recuperado el 14 de abril de 2017 de https://www.tripadvisor.co/Attraction\_Review-g187147-d265614-Reviews-Pont\_Alexandre\_III-Paris\_Ile\_de\_France.html
- Trip Advisor (2 de marzo de 2017). Gran Muralla China en Mutianyu. Recuperado el 14 de abril de 2017 de https://www.tripadvisor.co/Attraction\_Review-g294212d325811-Reviews-or20-Great\_Wall\_at\_Mutianyu-Beijing.html/BackUrl#REVIEWS

 Trip Advisor (21 de febrero de 2016). Canal de Panamá. Recuperado el 14 de abril de 2017 de https://www.tripadvisor.co/Attraction\_Review-g294480-d299921-Reviews-Panama\_Canal-Panama\_City\_Panama\_Province.html

#### 7. Anexos

## 7.1. Formato de las entrevistas

# 7.1.1. Preguntas al profesional en turismo

- ¿De qué manera se promociona a las personas no hispanohablantes?
- ¿En qué idioma preferiblemente se comunica con estos turistas? ¿En español o en inglés?
- ¿Cuál es la nacionalidad que con mayor frecuencia se ha relacionado?
- ¿Ha existido la posibilidad de ofrecer servicios turísticos a turistas franceses y brasileños?
- ¿Cuál es el motivo de viaje manifiesto de los turistas franceses? ¿Y de los brasileños?
- ¿Existe algún recorrido turístico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que le pueda ofrecer a los turistas? ¿Cuál?
- ¿Qué idiomas hablan los guías en los circuitos turísticos ofrecidos?
- ¿Qué actividades prefieren hacer los turistas franceses? ¿Y los brasileños?

## 7.1.2. Preguntas al guía turístico

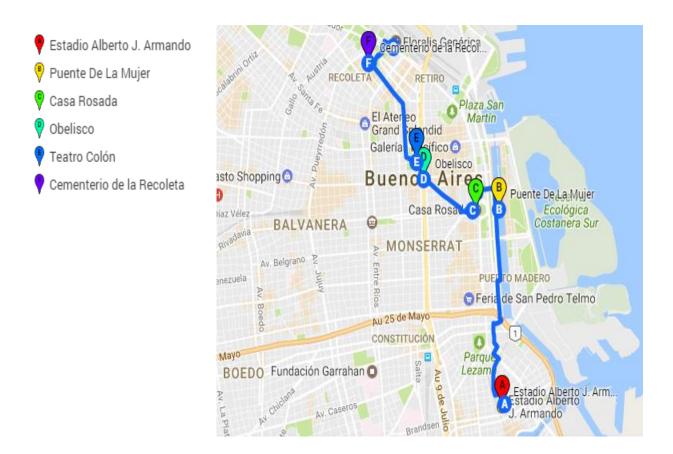
- ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a realizar circuitos turísticos en la ciudad de Buenos Aires?
- ¿Cuál es la nacionalidad que con más frecuencia ha trabajado en la Ciudad de Buenos Aires en su experiencia como guía turístico?

- ¿De qué manera se relaciona con los turistas en cuanto a la comunicación?
- ¿Ha existido la oportunidad de tener que explicarle a alguien que no habla su mismo idioma el medio para llegar a algún lugar o la traducción de alguna palabra?
- ¿Cuáles son los lugares que más les interesan o le solicitan los turistas franceses? ¿Y los brasileños?
- ¿Qué actividades prefieren hacer los turistas franceses? ¿Y los brasileños?
- ¿Desde su punto de vista le parece que los circuitos turísticos son adecuadamente promocionados para que las personas que llegan por primera vez a la República Argentina y tengan la oportunidad de poder asistir a ellos?

#### 7.2. Circuito turístico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

El esquema del circuito turístico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires realizado por medio de la aplicación Google Maps con base en los resultados que se obtuvieron en la pregunta diez de los sondeos, ya que a partir de este análisis cada uno de los lugares turísticos de mayor importancia son el factor que influirá a que la experiencia de los extranjeros sea cada vez mucho más agradable y de mayor interés por su valor cultural e histórico.

En la siguiente imagen se refleja la lista de los siete lugares turísticos con mayor puntuación en los sondeos realizados y asimismo un mapa que está marcado con una línea azul que es el trayecto que debe realizar el visitante para dirigirse a cada uno de estos sitios turísticos.



## 7.2.1. Descripción de los lugares turísticos

• Estadio Alberto J. Armando: El estadio Alberto J. Armando nombrado así en honor a uno de los presidentes que hacen parte de la historia del club deportivo o popularmente conocido como el estadio de La Boca o La Bombonera fue inaugurado por la firma de ingenieros Delpini- Sulcic- Bes el 26 de mayo de 1940 precisamente en el barrio La Boca.

La estructura del estadio en forma de D se le conoce como el estadio de La Bombonera recordando a uno de los constructores a quien le fue obsequiado una caja de bombones que tenía la misma forma del estadio.

Este lugar hace parte de la casa del club deportivo Boca Juniors, el cual entre sus mayores logros fue campeón de la Copa Libertadores de América en los años 1978 y 2001.

Adicionalmente, el 10 de diciembre del año 2001 el gran jugador Armando Maradona escogió este estadio para realizar su despedida del fútbol después de haber jugado en este club deportivo por varios años.

• Puente de la Mujer: Esta atractiva estructura fue inaugurada y donada por el empresario Alberto González a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y construida por el español Santiago Calatrava en el mes de diciembre del año 2001.

Esta obra ha sido visitada por muchos turistas que desean realizar el recorrido a través de esta obra y también ha permitido que las embarcaciones que se aproximan al lugar puedan pasar a través del puente, ya que en su funcionamiento tiene la habilidad de hacer una rotación de 90 grados.

Por último, la imagen que refleja esta estructura es la de una pareja bailando tango en donde se representa al hombre sosteniendo a la mujer, es decir, el mástil con forma curva que sostiene a las cuerdas.

• Casa Rosada: En tiempos anteriores en este territorio se encontraba ubicada la Real Fortaleza de Don Juan Baltazar de Austria que era un edificio defensivo contra los ataques de los soldados españoles que atracaban en el lugar.

Esta edificación estuvo presente por muchos años hasta que en el momento que se presentó el proyecto de Puerto Madero ocasionó su destrucción hasta el primer piso y estos restos fueron desechados en la Plaza Colón que se encuentra en la parte posterior de la Casa Rosada.

Un aspecto curioso que ha llamado la atención de muchas personas es el color rosado de la construcción que se debe a una lucha de los partidos políticos entre los "blancos" o unitarios y los "colorados" o federales, lo cual en idea del expresidente de la República Argentina Domingo Faustino Sarmiento decide mandar pintar la edificación de color rosado representando una fusión simbólica entre estos dos partidos.

• Obelisco: El Obelisco de Buenos Aires fue construido por el arquitecto Alberto Prebisch y se encuentra ubicado en el barrio San Nicolás. Este monumento se

encuentra entre las avenidas 9 de Julio y Corrientes y es uno de los patrimonios turísticos más visitados por los extranjeros y más famosos en el mundo cuando se habla de Argentina.

El trabajo llevado a cabo por 157 obreros logró la construcción de este gran edificio, el cual tiene una medida 67,60 metros de altura, un costo de 20.0000 pesos argentinos y es la representación monumental más importante de la ciudad de Buenos Aires.

En su inicio, esta construcción fue criticada por muchos ciudadanos quienes les pusieron apodos como lo son "feo punzón", "armatoste monstruoso", "tachuela monumental" y hasta el concejo planeó derrumbar este importante símbolo por causa de las críticas. Sin embargo, este hecho nunca se realizó. Hoy en día, se realizan muchas celebraciones, eventos y actividades en este lugar que ha sido de gran importancia para el país.

• Teatro Colón: El teatro Colón es otro de los monumentos más importantes de Argentina y uno de los más reconocidos en el mundo. En este lugar han pasado artistas de talla internacional como lo son Plácido Domingo, Enrico Caruso, Luciano Pavarotti quien menciona que la acústica de este lugar es increíble, entre otros.

El teatro Colón también ofrece una visita guiada para sus visitantes, la cual se realiza normalmente de lunes a domingo, pero su horario puede variar. Adicionalmente, se realizan presentaciones musicales que tienen un precio más alto a las visitas guiadas.

• Cementerio de la Recoleta: Este lugar es considerado como el primer cementerio que existió en la ciudad porteña, el cual fue diseñado en 1822 por el ingeniero francés Prosper Catelin como un lugar que representa el arte gótico y el Art Deco.

Anteriormente, en este territorio se encontraba ubicada la huerta de la Basílica de Nuestra Señora del Pilar.

Hoy en día, muchas de las figuras que han sido de gran importancia en la historia argentina han sido enterradas en este lugar entre los cuales algunas de estas figuras son Eva

Duarte de Perón, Carlos Saavedra Lamas, Facundo Quiroga y también familias de la alta sociedad.

• Floralis Genérica: La Floralis Genérica o también conocida como la gran flor de Buenos Aires es la representación más grande de Buenos Aires. Esta escultura metálica, que se encuentra ubicada en la Plaza de las Naciones Unidas y que fue creada por el arquitecto argentino Eduardo Catalano quien menciona que esta flor tiene como significado la esperanza de renacer cada día.

Esta imagen se ha convertido en un lugar turístico para muchos extranjeros, puesto que la mayoría de estas personas se encuentran a diario tomándose allí una foto, lo cual representa un recuerdo de la ciudad de Buenos Aires.

#### 7.2.2. Recorrido del circuito turístico

En el recorrido del circuito turístico en la Ciudad de Buenos Aires, existe la opción de que el turista, que se interesa por los temas relacionados con el arte y la cultura de un país, viva la experiencia de interactuar con los habitantes de la ciudad a través de los siguientes medios de transporte: por un lado puede visitar los lugares desde un taxi o si le parece más preferible puede recorrer la ciudad caminando y al mismo tiempo tomar los servicios de Subte y Colectivo para reducir las distancias entre los siete (7) lugares turísticos que se encuentran en la ciudad. La estructura del recorrido para quienes prefieren tomar la segunda opción es el siguiente:

- El punto inicial es el Estadio Alberto J. Armando que se encuentra en el barrio conocido como La Boca
- Tomar el colectivo 152 para dirigirse a la Casa Rosada que se encuentra en la Plaza de Mayo
- Después de visitar este lugar turístico e histórico del país, caminar hasta la Estación del Subte D (Catedral) y bajarse en la Estación 9 de Julio en donde se podrá

encontrar el Obelisco que queda aproximadamente a tres (3) minutos de la línea del Subte.

- En este sector se puede aprovechar la cercanía que se presenta con El Teatro Colón que está ubicado a aproximadamente cinco (5) minutos de este sector.
- Regresar a la Avenida 9 de Julio en donde se tomará el colectivo 10, 17 o 59 para así llegar al cementerio de la recoleta.
- En el entorno de este emplazamiento también se encuentran otros lugares que se pueden visitar por la importancia histórica y arquitectónica que tienen para el país como lo son la Iglesia del Pilar, La Plaza San Martín de Tours o La Plaza Francia. El último destino que se encuentra en este territorio es en la Plaza de las Naciones Unidas en donde se encuentra La Floralis Genérica.

# 7.2.2.1.Traducción en portugués

### Percurso do circuito turístico

No percurso do circuito turístico na cidade autónoma de Buenos Aires, existe a opção, para o turista que esteja interessado pelos temas relacionados com a arte e a cultura de um país, de viver a experiência de interagir com os habitantes da cidade através dos seguintes meios de transporte: por um lado pode visitar os lugares num taxi ou também pode percorrer os lugares caminhando e ao mesmo tempo tomar o serviço de metrô ou ônibus para reduzir as distâncias entre os sete (7) lugares turísticos que se encontram na cidade. A estrutura do recorrido para as pessoas que preferem tomar a segunda opção é o seguinte:

- O ponto de partida é o estádio Alberto J. Armando que está localizado no bairro conhecido como La Boca.
- Tomar o coletivo 152 para chegar até a Casa Rosada que se encontra na Praça de Maio.

- Depois de visitar este lugar turístico e histórico do país, caminhar até a Estação de Metrô D (Catedral) e descer na Estação 9 de Julho onde se poderá encontrar o Obelisco que está aproximadamente a três (3) minutos da estação do Metrô.
- Neste lugar pode-se aproveitar a proximidade com o Teatro Colón que está localizado a cinco (5) minutos do setor.
- Regressar até a Avenida 9 de Julho onde se encontra a estação de coletivo
   10, 17 ou 59 para assim chegar ao cemitério da Recoleta.
- Ao redor desta localização também se encontram outros lugares que se podem visitar pela importância histórica e arquitetônica que têm para o país como são a Igreja do Pilar, A Praça San Martín de Tours ou a Praza França.
- O último destino que se encontra neste território é a Praça das Nações
   Unidas onde está localizada A Floralis Genérica.

## 7.2.2.2.Traducción en francés

# Parcours touristique

Le parcours touristique de la ville de Buenos Aires offre aux visiteurs intéressés par les arts et la culture d'un pays, la possibilité de vivre l'expérience d'interagir et de dialoguer avec les résidents, à travers les divers transports en commun: d'une part, il pourra visiter de nombreux endroits à l'aide d'un taxi ou, s'il le préfère, explorer la ville à pied et utiliser les services de métro et de bus pour se déplacer plus vite entre les sept (7sites touristiques qui se trouvent dans la ville. La structure de parcours pour un touriste qui souhaite prendre la deuxième option est la suivante:

• Le point de départ est le stade Alberto J. Armando qui se trouve dans le quartier connu sous le nom de « La Boca ».

- Ensuite, prendre le bus 152 pour arriver à La Casa Rosada qui est sur la Plaza de Mayo
- Après avoir visité ce lieu touristique et historique du pays, marcher jusqu'à la station de Métro D (Cathédral). Descendre à la station 9 de Julio où se trouvera l'Obélisque qui se situe à trois (3) minutes de la station de métro.
- Dans ce quartier, on peut profiter de la proximité du Théâtre Colón qui se trouve à peu près à cinq (5) minutes de ce site.
- Retourner à l'Avenue 9 de Julio où on prendra le bus 10, 17 ou 59 pour se diriger vers le Cimetière de La Recoleta.
- Aux alentours de cet emplacement se trouvent également d'autres sites à visiter pour leur importance historique et architecturale vis-à-vis du pays, comme par exemple l'Eglise del Pilar, la Plaza San Martín de Tours ou la Plaza Francia. Le dernier site à visiter dans cette zone est la Plaza de las Naciones Unidas où se trouve La Floralis Genérica.

# 7.2.2.3. Traducción en inglés

### **Trajectory of the tourist circuit**

In the trajectory of the tourist circuit in the City of Buenos Aires, it exists the option that the tourist, who is interested in the subjects related to the art and culture of the country, lives the experience of interacting with the inhabitants of the city though the following means of transportation: On one hand, the person can visit the places in a taxi or if it seems more preferable the person can walk through the city and at the same time utilize the services of Subway and buses to reduce the distances between the seven tourist places that are located in the city. The structure of the route for those who prefer to take the second option is as follows:

- The starting point is the Alberto J. Armando Stadium which is located in the neighborhood known as La Boca
- Take the bus 152 to go to the Casa Rosada that is located in the Plaza de Mayo
- After visiting this tourist and historic place of the country, walk to the Subway Station D (Cathedral) and get off at the 9 de Julio Station where you can find the Obelisk which is approximately three (3) minutes from the subway line.
- In this sector, you can take advantage of the proximity of The Colon Theater that is located approximately five (5) minutes from this sector.
- Return to 9 de Julio Avenue where you will take the small bus 10, 17 or 59 to get to the graveyard of the Recoleta.
- In the surroundings of this site are also other places that can be visited because of the historical and architectural importance they have for the country such as the Church of the Pillar, the Plaza San Martín de Tours or La Plaza Francia. The last destination that is in this territory is in the United Nations Plaza where La Floralis Generica is located.