

TURISMO IDIOMÁTICO UNA APROXIMACIÓN A LA DEMANDA EN CONCEPCIÓN DEL URUGUAY

Lic. Caballero Migueles, Mirta E.¹
Lic. Baron, Adriana²
Lic. Bruno Florencia³

Approach to language tourism in the English
language in the town of Concepción del Uruguay.

ISSN: 1850-7255 - ISSN (En línea): 1853-6646

Esta obra se encuentra bajo la licencia Creative Commons <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Resumen

Actualmente, el turismo idiomático ofrece nuevas formas de aprender y de aproximarse al conocimiento y adquisición de una lengua extranjera inmerso en contexto cultural y geográfico diferente.

Este proyecto abordado por docentes y estudiantes avanzados de la FCG y de la FHAYCS, UADER, Sede Concepción del Uruguay; indagó desde una perspectiva de carácter descriptivo y cuantitativo, la demanda de turismo idiomático en la ciudad hacia destinos de habla inglesa durante el último año.

A través de cuestionarios y de encuestas a los agentes públicos y privados, se recabaron datos de las nuevas maneras de aprender la lengua extranjera desde el contacto directo, los servicios, certificaciones y actividades turísticas entre otros.

Los resultados obtenidos revelan que esta oferta de turismo es exclusiva de algunos institutos privados de la ciudad que los vienen realizando en forma sistemática. No así en las universidades locales que aún no han abordado esta modalidad de inmersión cultural.

¹Directora del proyecto. UADER. Facultad de Humanidades, Artes y Cs. Sociales. mirta.caballero@uader.edu.ar

²Codirectora del proyecto. UADER. Facultad de Ciencias de la Gestión. baron.adriana@uader.edu.ar

³Integrante del proyecto. UADER. Facultad de Ciencias de la Gestión y Facultad de Humanidades, Artes y Cs. Sociales. bruno.florencia@uader.edu.ar

Abstract

Nowadays, language tourism offers new ways of learning and approaching the knowledge and acquisition of a foreign language immersed in a different cultural and geographical context.

This project addressed by teachers and advanced students of the FCG and the FHAYCS, UADER, Concepción del Uruguay; inquired from a descriptive and quantitative perspective, the demand for language tourism in to English-speaking destinations over the last year.

Through questionnaires and surveys to public and private agents, data were collected on new ways of learning the foreign language from direct contact, services, certifications and touristic activities among others.

The results reveal that this offer of tourism is exclusive to some private institutes of the city that have been performing them systematically. Not so in the local universities that have not yet addressed this mode of cultural immersion.

Introducción

Los continuos cambios en nuestra sociedad globalizada atravesada por los avances tecnológicos y comunicacionales, han dado lugar a la aparición de nuevas formas de turismo, asociadas con la necesidad de aprender un idioma extranjero.

El turismo idiomático, un subsegmento del turismo cultural, surge entonces como una alternativa a las distintas maneras de aprender y de aproximarse al conocimiento y a la adquisición de una lengua extranjera inmerso dentro de un ámbito cultural diferente.

En nuestro país, se ha incorporado el Turismo Idiomático entre las políticas públicas sectoriales debido a que el número de extranjeros que arriban para aprender español y realizar actividades turísticas se ha incrementado significativamente como así también el número de nativos que desean realizar actividades turísticas en un destino de habla inglesa. Esta oferta de turismo idiomático está siendo alentada tanto por instituciones públicas como privadas.

Entre las provincias que han abordado este tipo de turismo, Buenos Aires y Córdoba son de las más avanzadas en propuestas sobre esta temática para extranjeros en universidades y como producto turístico en sí.

Con respecto a nuestra ciudad se ha incrementado la demanda de turismo idiomático hacia destinos de habla inglesa, es decir, a nuevas maneras de aprender la lengua extranjera en contacto directo ofreciendo certificaciones además de actividades turísticas y culturales a realizar en el destino. Esto se lleva a cabo a través de agencias de viaje especializadas que ofrecen paquetes turísticos y viajes de estudio que en conjunto con las academias locales de enseñanza de la lengua inglesa promocionan esta alternativa de

aprendizaje en forma autónoma realizando convenios con institutos o instituciones educativas en el extranjero.

Para indagar esta temática un tanto desconocida, nace el presente proyecto de investigación y desarrollo denominado “Aproximación al turismo idiomático en la lengua inglesa en la ciudad de Concepción del Uruguay” aprobado por Res. CS. N° 034/21, UADER, Fac. de Humanidades, Artes y Cs. Sociales. El mismo está abordado desde una perspectiva interdisciplinaria puesto que está conformado por docentes y estudiantes avanzados de la FCG y de la FHAYCS dependientes de UADER, de las carreras Licenciatura en Turismo y Profesorado en Inglés respectivamente, Sede Concepción del Uruguay.

Se destaca la participación de estudiantes de ambas carreras en el proyecto ya que constituye un importante avance a la formación en la investigación, pilar fundamental de la universidad junto con la extensión y la docencia ante las escasas propuestas que existen en la actualidad.

Marco teórico

Conceptualmente, los autores Pinassi y Ercolani definen al turismo idiomático como "una nueva forma de viaje-aprendizaje, en el que se articula el carácter educativo con el conocimiento y vivencia en nuevos lugares" (2012, p.4). Al ser un sub-segmento del turismo cultural, la motivación principal no sólo se focaliza en el aprendizaje de una lengua, sino también en el contacto directo con la cultura, costumbres y la sociedad de un país diferente al de origen, lo que otros autores también denominan inmersión cultural.

En Argentina, en el Tesouro Turístico Argentino publicado en la página web por la Secretaría de Turismo de la Nación el turismo idiomático “es una modalidad de turismo educativo cuya motivación primordial es visitar un destino diferente al de la residencia habitual con el objeto (o motivación principal) de aprender un idioma. Comprende la asistencia a cursos específicos y la familiarización con las diferentes manifestaciones culturales de la sociedad visitada”.

Es relevante destacar que la denominación “turismo idiomático” no es el único término utilizado para definir este tipo de turismo. También se han empleado otras formas de describirlo tales como Turismo Lingüístico, Estancias Lingüísticas, y Turilingüismo, entre otros.

Por otra parte, Humanes Jiménez, considera que el término que mejor define este fenómeno es Turilingüismo, entendido como "...el campo que desarrolla la relación entre el estudio de una lengua y su potencial económico para atraer el turismo" (2006, p.4). Este término de acuñación propia engloba los tres factores más relevantes del fenómeno: el lingüístico, el turístico, y por consiguiente el económico.

Cabe aclarar que el turismo es considerado un generador de divisas, por el cambio de moneda que se produce en el gasto turístico que realizan quienes visitan los diferentes países. Es por ello que la “importación invisible” es abordada en el proyecto de investigación mencionado. En términos generales este concepto hace referencia a los estudiantes argentinos de habla hispana nativa que viajan a países de habla inglesa para expandir sus conocimientos. Y, de manera inversa, la “exportación invisible”, se refiere

a los extranjeros que validan sus conocimientos del español como segunda lengua en las instituciones educativas. Por esta razón es importante destacar que nuestra ciudad presenta múltiples posibilidades a futuro que no han sido exploradas.

Volviendo al concepto del aprendizaje de una lengua extranjera en este tipo de turismo, La lengua como atractivo turístico es una de las manifestaciones culturales que más se ha destacado en los últimos años. Hoy en día los turistas no sólo están motivados a conocer museos, monumentos y ciudades sino también las costumbres, las danzas o bailes típicos, la música y las lenguas, entre otros. Estas manifestaciones les permiten realizar una inmersión cultural más profunda al momento de visitar un destino. Por otra parte, esto ha permitido el surgimiento de sub-segmentos del turismo cultural cuyo propósito es satisfacer las demandas de un público más exigente.

Como se ha mencionado, las lenguas están siendo concebidas como un importante recurso turístico que proporciona rentabilidad a nivel gubernamental y privado. Este fenómeno ha demandado que los países ofrezcan diversas ofertas tales como cursos de idiomas para extranjeros dentro de la promoción del turismo cultural a lo que llamamos “turismo idiomático”.

Una de las lenguas extranjeras que mayoritariamente se busca aprender en el turismo idiomático es el inglés. Esto sucede por varias razones. Según el Diccionario de enseñanza y aprendizaje de lenguas Dicenlen (www.dicenlen.eu), se define al inglés como lengua internacional por el papel que desempeña en este ámbito como lengua franca, para la comunicación en la política, los negocios y el intercambio científico entre otros. De acuerdo a Halliday (2002:11), en el mundo actual en el que la economía ha pasado de estar basada en productos y servicios a ser una economía de la información, la lengua vehículo de dicha información, el inglés, es la que se ha convertido en lengua internacional. La expansión de la lengua inglesa como lengua internacional da como resultado que el inglés y la globalización están íntimamente unidos, y que la lengua inglesa sea la llave para la comunicación internacional (Johnson & Bartlett, 1999; Rosen, 1999).

Cabe aclarar que una lengua franca, teniendo en cuenta a Jenkins (2015) es una lengua común elegida por diferentes hablantes cuyo propósito es proporcionar un medio de comunicación entre personas que no comparten la misma primera lengua. Esto permite una interacción más fluida y práctica y al mismo tiempo intercambiar información específica y precisa de distintas culturas a través de una lengua en común.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011), la necesidad de dominar un idioma en la actualidad es un hecho indiscutible, en un mundo donde las relaciones internacionales adquieren cada vez mayor importancia y donde la lengua de comunicación, por excelencia, es la inglesa. El idioma inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle.

Por otro lado, desde un aspecto didáctico-pedagógico, se aborda el aprendizaje alternativo. Elisa Pont (2020) define a la educación alternativa como aquella que busca una mayor libertad y participación del alumnado en los procesos de aprendizaje, alejándose de los proyectos educativos oficiales. Durante el siglo

XX, muchos pedagogos investigaron y desarrollaron nuevas metodologías educativas, entre las cuales se encuentra el aprendizaje alternativo, y todas tienen en forma general como fin ofrecer una forma diferente de aprender y enseñar.

Para Martínez-Pineda (2008) el docente o guía ofrece experiencias significativas, alternativas e innovadoras en el aprendizaje alternativo. Propone “pensarlo y configurarlo como sujeto de acción política, capaz de actuar en instancias de definición de política educativa y de ejercer con fuerza la dimensión política que se le reclama a la educación y que se convierte en acción inherente a su profesión” (p. 18). Esto es posible, según Tezanos (2007), “sometiendo a juicio riguroso, objetivo y sistemático que trascienda la opinión de los colegas” (p. 13) estas categorías; lo que implica poner en tensión y conflicto lo que se entiende en las prácticas pedagógicas por significativo, alternativo e innovador. Por otra parte, sostiene que el interés es indagar qué es lo significativo, innovador o alternativo y cómo estas categorías conceptuales se han transformado o utilizado de acuerdo con el contexto histórico y político en el ámbito educativo, puesto que el saber pedagógico es una práctica discursiva constituida en la práctica de los docentes.

De acuerdo a Boaventura de Sousa (2011), en el ámbito educativo el aprendizaje alternativo se refiere a hacer visible lo no visible de las experiencias pedagógicas; visibilizar lo que nos están hablando esas prácticas más allá del discurso educativo oficializado y afrontar desde otras vías la cuestión educativa. Además, propone que los conocimientos no científicos sean creíbles y aceptados como una práctica contra-hegemónica. O sea, no desconocer el conocimiento científico, pero debe haber un diálogo en doble vía e “igualdad de oportunidades” entre estos y que no se naturalice lo llamado universal. La autora agrega que, en la práctica pedagógica, se ponen en juego el saber, el saber de la vida y las experiencias y no solo el conocimiento adquirido formalmente en la formación académica. Esta práctica pedagógica tiene todo un saber y con él se evidencia y analiza más allá de lo que plantea, permitiendo así develar la propuesta intrínseca en la práctica pedagógica sobre lo significativo, lo alternativo y lo innovador. Asimismo, la autora sostiene que “los objetos tienen fronteras cada vez menos definidas; están constituidos por anillos que se entrecruzan en telas complejas con los restantes objetos, hasta tal punto que los objetos en sí son menos reales que las relaciones entre ellos”. Esto no implica abandonar las prácticas pedagógicas tradicionales, sino incorporar otras posibles en igualdad de condiciones y oportunidades para reconocer su valor y aporte como forma de hacer, alternativa y legítima, que se diferencia de la forma universal y tradicional de la práctica pedagógica y la formación humana.

Omar Castro (2022) considera que la educación alternativa o emergente, como algunos la llaman, es un concepto que refleja que es alternativa frente a otros proyectos educativos formales y oficiales, en consecuencia, su metodología podría responder a procesos de buscar más libertad, más participación y de participación de los sectores sociales frente a sus propias encrucijadas o problemáticas. También educación ‘alternativa’ porque se apropia de sus mismos esfuerzos que realiza la gente para generar más conocimiento, más práctica y más construcción de su vida.

De hecho, el concepto de “educación alternativa” no tiene todavía una definición conceptual precisa y definitiva, más bien se pretende ir construyendo desde la experiencia práctica del proceso de acompañamiento. Sin embargo, se visualizan componentes fundamentales como: implementación de metodologías dinámicas y la construcción de nuevas oportunidades de formación en lo técnico-vocacional y en lo lúdico-artístico-cultural, también una educación relacionada a la conformación de redes solidarias y en contraposición de una educación basada en proyectos aislados.

Maribel Ochoa (2021), se refiere más bien a iniciativas escolares, para-escolares o en otros ámbitos para desarrollar realmente procesos de educación alternativa: respondiendo a nuevas necesidades o espacios no cubiertos, respondiendo a concepciones y metodologías nuevas (donde el impacto de la educación Popular ha sido muy profundo), donde el aprendizaje constante, conjunta, dinámica, creativa y creadora, transformadora y consciente es el eje central. Procesos de educación alternativa (unos más sistemáticos y otros más eventuales, unos más rigurosos y efectivos que otros, con diferentes niveles de calidad) son demandadas desde el nivel local y comunitario. Se mejora el impacto al estrechar los lazos y la interacción con el entorno comunitario local y nacional.

Objeto de estudio

En el presente estudio, han sido relevados 15 institutos privados de enseñanza de la lengua inglesa y las 4 universidades de la ciudad (UADER, UTN, UNER y UCU) que realizan cursos de este idioma extranjero.

Desde un enfoque de carácter descriptivo y cuantitativo, este proyecto aborda en profundidad la demanda de turismo idiomático en Concepción del Uruguay hacia destinos de habla inglesa durante los últimos años. La recolección de datos se está llevando a cabo a través de cuestionarios semi-estructurados y de encuestas a los agentes que ofrecen este tipo de servicio, con respecto a certificaciones otorgadas, actividades turísticas específicas o culturales a realizar, entre otros aspectos.

Caracterización de la metodología de investigación aplicada

Esta investigación se basa en el enfoque metodológico de carácter cuantitativo en el marco de Investigación-Acción educativa de tipo descriptiva. Los datos recogidos a través de los cuestionarios y entrevistas serán analizados relacionando la teoría y serán interpretados utilizando el método de comparación constante.

En cuanto al enfoque cuantitativo, Hernández Sampieri (2014) lo define como un enfoque que se guía por áreas o temas significativos de investigación explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto.

Desde la perspectiva de Sirvent (2003) las diferentes tradiciones de investigación científica suponen la existencia de dos lógicas: la cualitativa y la cuantitativa. Ésta última enfatiza en la idea de descubrimiento desde un enfoque hipotético deductivo, la búsqueda de verificación de teoría y el objetivo de explicar la realidad.

Litwin (2009) agrega que este método le posibilita al investigador poner en acción operaciones del pensamiento reflexivo y, a su vez, permite tomar cierta distancia.

Con respecto a la investigación-acción o Action research como la define Lewin (1946), éste es propicio para la presente investigación puesto que en el mismo el investigador interviene en un contexto educativo para mejorarlo, cumpliendo un doble rol, el de investigador y el de participante o actor del cambio en términos de Lewin (1946).

Por su parte (Nunan, 1992) sostiene que dentro de la Investigación-acción, se utilizan tanto métodos cuantitativos como cualitativos de investigación.

Cohen y Manion (2004: 186), citando a Halsey (1972) profundizan en este concepto, definiéndolo como *“small-scale intervention in the functioning of the real world and a close examination of the effects of such intervention”* (intervención a pequeña escala en el funcionamiento del mundo real y un examen minucioso de los efectos de dicha intervención)

En términos similares, Hernández Sampieri (2014: 496) sostiene que el precepto básico de la investigación-acción es que debe conducir a cambiar y por tanto este cambio debe incorporarse en el propio proceso de investigación. Se indaga al mismo tiempo que se interviene.

La propuesta

En una primera etapa se realizó una revisión bibliográfica que consistió en la búsqueda, selección y análisis de fuentes bibliográficas relacionadas con el turismo idiomático y sus características más significativas.

En una segunda etapa, se trabajó en el diseño de la encuesta a los distintos institutos privados de enseñanza de la lengua inglesa y de instituciones universitarias públicas y privadas de la ciudad.

Una vez completadas las encuestas, se seleccionaron aquellas instituciones educativas o institutos que proporcionan el servicio turístico mencionado y se realizó una entrevista semi-estructurada a fin de recabar información más detallada.

En una tercera etapa se procesó y analizó la información recabada y luego se evaluó comparativamente las dos etapas del proceso.

En una última etapa, se elaborarán las conclusiones y se redactará el informe final.

Con respecto a la encuesta, el objetivo de la misma fue recabar información sobre las diversas propuestas de turismo idiomático en nuestra ciudad. Fue realizado en un formulario de Google drive.

La encuesta constó de ocho partes: la primera parte focalizó en la institución educativa o instituto de inglés (nombre, director/a, número de docentes y número de docentes graduados de la UADER). La segunda parte se focalizó en el turismo idiomático (destinos, duración de los viajes, contratación de

servicios con agencias de viajes, servicios y actividades turísticas, y formas de pago). La tercera parte indagó sobre el estado de conocimiento sobre el turismo idiomático en la ciudad. La cuarta parte trató sobre convenios con universidades o institutos de otros países, el tipo de cursos, nivel ofrecido y duración de los mismos. En la quinta parte se preguntó sobre la cantidad de años que vienen realizando este tipo de ofertas. En la sexta parte se recabó información sobre los requisitos que solicitan para la realización de estos programas. La séptima parte trató sobre la realización de estos viajes con otros institutos o instituciones de la región y en la octava parte se solicitó el permiso de la institución para permitir la publicación de los datos recabados de la misma.

En cuanto a las entrevistas semi-estructuradas a los agentes que ofrecen este tipo de servicio se indaga específicamente sobre certificaciones, selección de destinos frecuentemente visitados, actividades turísticas a realizar en el destino, y alumnos que están interesados en este tipo de viajes de estudio en nuestra ciudad.

Con los datos recabados se realizó un análisis estadístico descriptivo a través de gráficos y parámetros que permitan, en forma representativa, caracterizarlos y poner en evidencia conclusiones que conduzcan a la toma de decisión. Asimismo, mediante la inferencia estadística y los test que resulten adecuados a la temática en estudio se procedió al análisis de estimación o la modelización con el fin de obtener valores inferenciales.

Resultados y conclusiones parciales

Con respecto a la demanda del turismo idiomático en la lengua inglesa en la ciudad de Concepción del Uruguay se ha arribado a las siguientes conclusiones parciales:

En la ciudad, se ofrecen cursos y/o viajes de inmersión en la lengua inglesa propuestas por academias de inglés. Se desprende que hay una oferta de turismo idiomático en la ciudad. Sin embargo, esta oferta turística sólo es realizada por un número muy limitado de academias y ningún tipo de oferta por parte de las universidades o institutos superiores. Esto conlleva a preguntarse y a indagar a posteriori la falta de esta propuesta en las universidades locales, siendo que las propuestas de inmersión en un país de lengua extranjera, principalmente el inglés, es parte del perfil de los futuros profesionales y está contemplado en los diseños curriculares y en los estatutos universitarios.

Por otra parte, si bien, las ofertas son escasas, es importante destacar que se observa una variedad de destinos y de variedades de la lengua inglesa. Las academias ofrecen una amplia gama de destinos turísticos que resulta ser muy enriquecedor para el estudiante de la lengua, puesto que los mismos entran en contacto no sólo con la cultura local, los atractivos locales y el lenguaje informal sino también con instituciones educativas y su consecuente lenguaje formal. Este tipo de turismo permite combinar la enseñanza de la lengua con un conjunto de bienes y servicios para enriquecer el aprendizaje a través de

experiencias turísticas. En este caso, la lengua inglesa es el recurso cultural que posibilita el desarrollo de productos turísticos que dan sustento al Turismo Idiomático.

Si bien la demanda de turismo idiomático en Concepción del Uruguay es aún incipiente, existe una importante tendencia de las academias de inglés a promover cada vez más el desarrollo de esta actividad. No obstante, se observa un estado de desconocimiento y falta de propuestas por parte de las universidades locales.

Asimismo, entre los múltiples impactos positivos en materia de Productos y Destinos para el Desarrollo Inclusivo en el territorio, se incluye al turismo idiomático entre los principales productos turísticos que se debe desarrollar.

Debe tenerse en cuenta el potencial que este proyecto puede tener en los próximos años, puesto que el turismo idiomático también puede darse de manera inversa, o sea “exportación invisible”, y que extranjeros puedan validar sus conocimientos del español como segunda lengua en nuestra universidad. Esto representa múltiples posibilidades en este campo que no han sido exploradas en el ámbito académico de ambas facultades y además, es una oportunidad inmejorable para insertarnos y formar parte de este segmento en crecimiento como es la enseñanza de las lenguas a través del turismo, ya que la universidad se ha sumado al consorcio de español a partir del año 2018 como Lengua Segunda y Extranjera (ELSE).

BIBLIOGRAFÍA

- Baralo (2006) Turismo Idiomático: *La importancia del idioma como Recurso Turístico. Estudio de caso: Bahía Blanca*. <https://docplayer.es/10888768-Turismo-idiomatico-la-importancia-del-idioma-como-recurso-turistico-estudio-de-caso-bahia-blanca.html>
- Centro cultural Cervantes: <https://cvc.cervantes.es/ensenanza/luna/luba/explotacion/entrevista.htm>
- Boaventura de Sousa (2011) *Educación Popular y Pedagogías Críticas en América Latina y el Caribe. Corrientes emancipatorias para la educación pública del Siglo XXI*. Buenos Aires. Clacso.
- Camarero Izquierdo, Carmen y Garrido Samaniego, María José (2008). *Marketing del Patrimonio Cultural*. Madrid: Pirámide, p. 258
- Crystal, O. L. D. (2012). *English as a Global Language* (2nd Revised ed.). Cambridge University Press.
- Hall (Ed.), Routledge. *Handbook of English Language Teaching* (pp.38-50). London: Routledge.
- Hernández Sampieri R. (2014). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición. México. Mc Graw Hill Educación.
- Humanez Jimenez, Manuel.(2006). *El turilingüismo en España: actitudes y preferencias de los estudiantes en centros de adultos de E/LE en Inglaterra*. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- Jenkins, J. (2014). *Global Englishes: A Resource Book for Students* (3rd ed.). Routledge.
- Kramsch, C., & Zhu Hua (2016). *Language, Culture and Language Teaching*. In G.
- McArthur, T. (ed.) (1992). *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford: Oxford University Press.
- Olaya Alejandro (2015). *Tras las huellas del aprendizaje significativo, lo alternativo y la innovación en el saber y la práctica pedagógica*. Universidad Católica Lumen Gentium (Colombia)
- Pinassi y Ercolani (2012). https://issuu.com/carlosperzmillares/docs/revista_final_33

- Pinassi, Carlos Andrés; Ercolani, Patricia Susana. . Análisis y propuestas para su desarrollo turístico-recreativo Turismo y Sociedad, vol. 13, -, 2012, pp. 145-169 Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia
- Pont Elisa (2020) <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200117/472932614514/educacion-montessori-waldorf-emilia-reggio-pedagogia.html>
 - <https://tesauro.yvera.tur.ar/?task=fetchTerm&arg=1376&v=15>
 - <https://es.scribd.com/document/520451974/Problemas-Turisticos-Contemporaneos>
 - <https://www.dicenlen.eu/es>
 - <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3216>
 - <http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material>
- RedEle/Biblioteca/2008_BV_09/2008_BV_09_1_semestre/2008_BV_09_09Humanes.pdf?documentId=0901e72b80e25765
 - <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10435/cap1.pdf>
 - <https://espaciovivomunay.org/que-es-educacion-alternativa/>
 - <https://abacoenred.com/educacion-alternativa/>
 - <https://tesauro.yvera.tur.ar/?task=fetchTerm&arg=1376&v=15>

