



Universidad de Jaén

En colaboración con la fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER)



Trabajo Final de Máster

Máster en Lingüística Aplicada a la Enseñanza del Español
como Lengua Extranjera

El español como recurso económico.

Panorama actual de la enseñanza de español como
lengua extranjera

Autora: Saida Ruiz de Temiño de la Fuente
Tutor: Dr. Narciso Miguel Contreras Izquierdo
Noviembre 2012

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	5
2.1. EL ESPAÑOL: DATOS Y CIFRAS IMPORTANTES.....	5
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA.....	6
2.3. CRECIMIENTO DEL ESPAÑOL.....	7
2.4. ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA.....	8
2.5. EL ESPAÑOL EN LA RED DE REDES.....	11
2.6. EL ESPAÑOL COMO RECURSO ECONÓMICO.....	13
3. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	16
3.1. SERVICIOS LINGÜÍSTICOS.....	16
3.2. TECNOLOGÍAS DE LA LENGUA.....	20
3.3. SECTOR EDITORIAL.....	22
3.4. SECTOR AUDIOVISUAL.....	24
3.5. SECTOR MUSICAL.....	26
3.6. PRODUCTOS EDITORIALES PARA LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL...27	
3.7. ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA.....	31
4. CONCLUSIONES.....	39
5. BIBLIOGRAFÍA.....	40

1. INTRODUCCIÓN

El propósito del presente proyecto es el de estudiar, analizar, evaluar y valorar el estado actual del español como recurso económico con el fin de exponer una serie de reflexiones que contribuyan a incrementar y mejorar el valor económico de la lengua española, especialmente desde el campo de la enseñanza del español como lengua extranjera.

En el mundo globalizado en el que vivimos, la relación establecida entre la lengua y la economía suscita cada vez mayor interés. En la sociedad del conocimiento de la que formamos parte, existe una innegable necesidad de información y conocimiento. Es por ello, que diversos estudios sobre el valor económico de las lenguas confirman que el hecho de compartir una lengua, principal instrumento de comunicación entre los seres humanos, mejora y facilita los intercambios en los mercados exteriores. Y como dichos mercados, ya sean económicos o intelectuales, son además de globales, multilingües y multiculturales, las lenguas se presentan como elementos imprescindibles a la hora de establecer cualquier tipo de negocio o transacción intelectual, cultural, científica, etc.

Sin una comunicación entre vendedor y comprador es imposible llevar a cabo una transacción mercantil del tipo que sea, y para que ésta exista es necesario que ambos miembros del binomio vendedor – comprador compartan un sistema de signos que resulte mutuamente comprensible.

De ahí que definir una lengua comprensible para ambas partes resulte ser uno de los primeros requerimientos para un empresario que pretenda proyectar su negocio más allá de sus fronteras lingüísticas; y que, en sentido inverso, la disparidad de las lenguas se constituya en uno de los obligados obstáculos que debe superar todo agente que opere en un marco internacional. (Delgado, Alonso y Jiménez, 2008)

Con dicha realidad como telón de fondo, parece absurdo considerar que la enseñanza de un idioma como lengua extranjera no se trata de un importante recurso económico en países como el Reino Unido, Francia, Alemania o Estados Unidos. Según el *Informe Berlitz (2005)*, el inglés, el francés, el español y el alemán, por este orden, son los idiomas más estudiados como lengua extranjera. De hecho, a día de hoy se estima que al menos catorce millones de alumnos estudian español como lengua extranjera, aunque el Instituto Cervantes calcula que la demanda real de español es de aproximadamente un 25% superior a dicha cifra.

Además, el español está presente en los principales foros económicos y organizaciones mundiales, lo que otorga a nuestra lengua un cierto prestigio y la indudable oportunidad de convertir al español en una de las lenguas elegidas para llevar a cabo la comunicación internacional entre miembros de distintas sociedades.

El español, para una de las grandes personalidades del mundo financiero como Emilio Botín (presidente del Grupo Santander) es¹:

- Un recurso de valor incalculable
- Un tesoro cultural para la creación y difusión de ideas y pensamientos, pero también es un tesoro generador de riqueza y desarrollo
- Una de las claves de la industria cultural
- Un activo estratégico con creciente influencia en el mundo y con enorme potencial de crecimiento
- Un elemento imprescindible al que hay que cuidar y potenciar

Por todo lo anteriormente mencionado, la presente investigación tratará de proponer una serie de mejoras o alternativas a los medios de comercialización del sector que existen en la actualidad, a partir del estudio y análisis de los puntos fuertes y débiles del español como lengua extranjera en el mercado actual.

Este proyecto podría ser tenido en cuenta como un primer paso en lo que pudiera ser una profunda y extensa investigación de la importancia de las lenguas como recurso económico en nuestra sociedad actual. Una sociedad asolada por una profunda crisis económica, que necesita de nuevos estímulos e incentivos para reactivar la economía tanto nacional como mundial.

A continuación se presenta un estudio genérico del estado del español en el mundo y del panorama actual de la enseñanza de español como lengua extranjera. Posteriormente, se ofrece un análisis detallado y eminentemente descriptivo del estado de la cuestión a través de la revisión teórica de numerosos artículos y puntos de vista acerca del español y de la lengua española como recurso económico, así como de la enseñanza de español para extranjeros. Para ello, el presente proyecto trabajará desde el punto de vista de las industrias culturales propuestas por Berdugo (2000), tratando de describir y valorar, en la medida de lo posible, la forma en que cada una de las mencionadas industrias está relacionada con la difusión de la lengua

¹ http://congresosdelalengua.es/valparaiso/mesas/botin_emilio.htm

española a nivel mundial y de su participación, más o menos activa, a la hora de describir al español como un recurso económico y uno de los principales motores de la economía española.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. *El español: datos y cifras importantes*

Según datos del Instituto Cervantes, el español es una lengua hablada por más de 495 millones de personas ya sea como lengua nativa, segunda lengua o lengua extranjera. Además, con una cifra aproximada de unos 329 millones de hablantes nativos se trata de la segunda lengua del mundo más hablada (por delante ya del inglés) y es el segundo idioma de comunicación internacional (Lewis, 2009). Además, para el año 2050 se estima que más de 550 millones de personas hablen español (Ríos, 2003).

Tabla 1. Lenguas nativas más habladas en el mundo

IDIOMA	MILLONES DE HABLANTES
Chino	1.213
Español	329
Inglés	328
Árabe	221
Hindi	182

Fuente: Lewis (2009)

De acuerdo con la información publicada por Lewis (2009) en *Ethnologue: Languages of the World*, el español es hablado, como lengua oficial, en 21 países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guinea Ecuatorial, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. La población que habla español como lengua oficial en dichos países, asciende a un total de 328. 518.810 habitantes. Pero además, el español se habla también en: Alemania, Andorra, Aruba, Australia, Bélgica, Belice, Canadá, Curazao (Antillas holandesas), Estados Unidos, Filipinas, Finlandia, Francia, Gibraltar, las Islas Caimán, las Islas Vírgenes (EE.UU.), Israel, Jamaica, Marruecos, Noruega, Suecia, Suiza y Trinidad y Tobago. Por lo tanto, se puede afirmar que, demográficamente el español ocupa una de las áreas

lingüísticas más extensas del mundo, ya que, a parte del territorio español gran parte del continente americano es hispanohablante. También cabe destacar que la lengua española es hablada por casi el 95% de la población en aquellos países en los que el español es la lengua oficial.

Figura 1. Países hispanohablantes



■ Países donde el español tiene estatus de lengua oficial.

Situación en Estados Unidos

- Estados de los Estados Unidos de América donde el español carece de estatus oficial pero es hablado por un 25% o más de la población.
- Estados de los Estados Unidos de América donde el español carece de estatus oficial pero es hablado por un 10-20% de la población.
- Estados de los Estados Unidos de América donde el español carece de estatus oficial pero es hablado por un 5-9% de la población.
- Países o regiones donde el español es hablado sin reconocimiento oficial, o donde se hablan lenguas criollas de origen español, con o sin reconocimiento oficial.

2.2. Características de la lengua española

La lengua española, compartida por casi 500 millones de hablantes, cuenta con diversas variedades lingüísticas debidas a la existencia de múltiples comunidades culturales que surgieron del mestizaje histórico propiciado por los procesos coloniales. Dichas variedades son muestra de las diferencias léxicas, morfológicas e interculturales que existen entre los diferentes grupos de hablantes del español. Algunos ejemplos claros podrían ser: el distinto uso de las formas tú / vos / usted y vosotros / ustedes para el tratamiento de la segunda persona dentro del sistema

deíctico; la distinción de los fonemas sibilantes frente a la neutralización de los mismos, que resulta en el seseo propio de la variedad atlántica del español peninsular; el yeísmo, resultado de la fusión de los dos fonemas aproximantes palatales, que se encuentra muy extendido tanto en España como en América; el “acento”, o conjunto de hábitos fonéticos que permiten reconocer la procedencia geográfica o social de cualquier hablante del mundo hispánico (Baralo, 2002), etc. Variantes que, al fin y al cabo, enriquecen la lengua española y que el estudiante de español deberá ser capaz de poder interpretar.

Sin embargo, y de acuerdo con Molina (2007), es importante destacar que la lengua española se caracteriza por ser sumamente homogénea y unitaria, y que las mayores diferencias entre las distintas variedades del español están relacionadas, principalmente, con la entonación y el léxico. Esta característica del español resulta fundamental, ya que garantiza un grado muy alto de comunicatividad entre los hispanohablantes del mundo. Es decir, la lengua española permite tanto a sus hablantes como a sus estudiantes, abarcar un territorio muy extenso en comparación con otras lenguas. Además, según datos de Lewis (2009), el español cuenta con unos índices de similitud léxica bastante elevados con diversas lenguas como el portugués (89%), el italiano (82%), el francés (75%) y el rumano (71%). Dichos porcentajes señalan que el aprendizaje del español como lengua extranjera puede resultar más asequible para aquellos estudiantes que hablen o conozcan dichas lenguas, lo cual resulta una ventaja importante con respecto a otras lenguas como el inglés, el francés o el alemán, también estudiadas como lenguas extranjeras por un gran número de personas.

2.3. Crecimiento del español

El español ha desarrollado un progresivo peso internacional desde el primer tercio del siglo XX, que lo ha dotado de las características esenciales para hacer de la lengua española, una lengua de comunicación internacional que se expande a un ritmo vertiginoso. El rápido crecimiento del español viene propiciado, según Ruiz Zambrana (2009), por factores tan determinantes como su potente demografía, su apreciada funcionalidad y su reconocido prestigio cultural. La presencia del español, como lengua multinacional, va en aumento a ambos lados del Atlántico: aumenta en Europa al establecerse como la L2 más estudiada en países como el Reino Unido y Francia; crece en Latinoamérica, especialmente en Brasil, país en el que el español se ha instaurado como enseñanza obligatoria para los centros y opcional para los alumnos; y

progresa imparablemente en Estados Unidos, que con más de cuarenta millones de hispanohablantes está cerca de colocarse como el segundo país con más hablantes de español, después de México. De ahí, que se espere que la expansión del español continúe creciendo moderadamente, en detrimento de lenguas como el chino o el inglés.

Según los datos de *Britannica World Data* citados por el Instituto Cervantes (2010), para el año 2030 los hispanohablantes representarán el 7,5% de la población mundial y solo el chino será hablado como lengua materna por un mayor número de hablantes. En la actualidad, la presencia de latinos en Estados Unidos no solo aumenta cuatro veces más rápido que la media nacional sino que además aporta alrededor de la mitad de la población añadida en los últimos años (Criado, 2005). Además, para el 2050, la Oficina del Censo de Estados Unidos pronostica que Estados Unidos será el primer país hispanohablante del mundo, ya que contará con un 30% de población hispana, lo que supondría unos 133 millones de hispanohablantes. Dichas previsiones no parecen descabelladas a la luz de los alentadores datos que proporciona la *Enciclopedia del español en el mundo* (2006), que estima en 6.000.000 millones el número de estudiantes de español como lengua extranjera en Estados Unidos.

Precisamente en Estados Unidos, es donde la música, el arte y la literatura están recibiendo el máximo influjo por parte de las comunidades hispanas. En la actualidad, ya es una realidad el hecho de que las personas bilingües tienen más oportunidades profesionales y económicas que aquellas que solo sean capaces de expresarse en inglés o en español. Gracias al status que la lengua española está adquiriendo en Norteamérica, el español ya no se considera tanto una lengua extranjera en Estados Unidos, sino que empieza a formar parte consustancial de la sociedad estadounidense². La presencia de latinos en Estados Unidos no solo aumenta cuatro veces más rápido que la media nacional sino que además aporta alrededor de la mitad de la población añadida en los últimos años.

2.4. Enseñanza del español como lengua extranjera

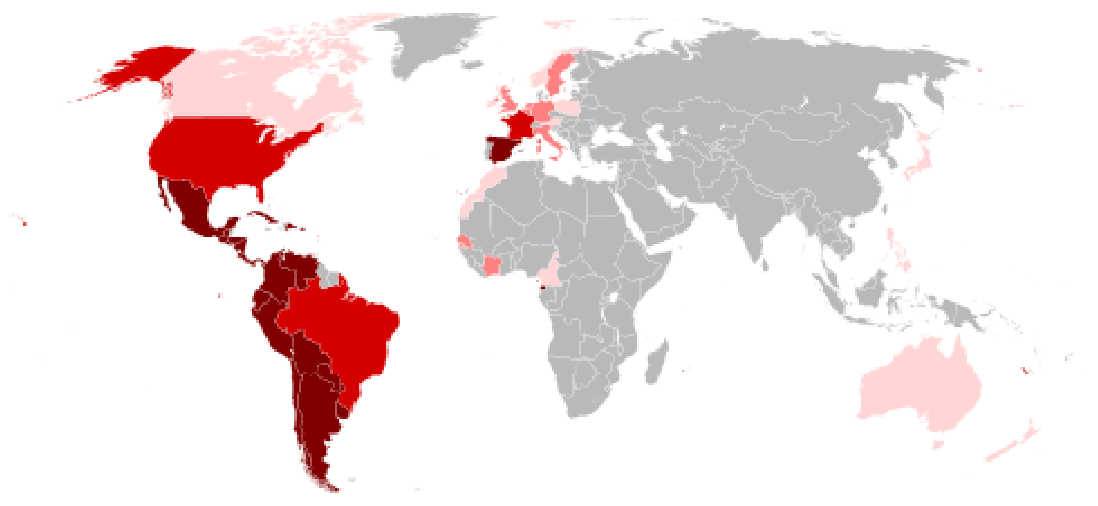
En cuanto al español como lengua extranjera, según datos del *I Informe Berlitz* (2005) el español (5,95%) es la tercera lengua más demandada por detrás del inglés (64,43%) y del francés (6,8%). Dicho informe, basado en el número de clases impartidas de cada lengua en centros Berlitz de todo el mundo, afirma también que los

² http://vbn.aau.dk/files/62983782/SyD10_rita_cancino.pdf

principales países que demandan la enseñanza de español son: Estados Unidos, Alemania, México, España, Francia, Brasil, Japón, Bélgica, Canadá y Argentina, en dicho orden. Gracias a este estudio podemos corroborar que América representa el 70% de la demanda de enseñanza del español como lengua extranjera, y que en particular, Estados Unidos aporta el 51% del total de la demanda mundial.

Aunque no existen datos definitivos, se estima que al menos 14 millones de personas estudian español como lengua extranjera en todo el mundo. Y uno de los principales motivos que lleva a tantos estudiantes a estudiar español, según palabras de Molina (2007), es su valor instrumental, ya que ocupa un importante lugar como lengua de comunicación internacional. Los estudiantes de la lengua española consideran que el español es una lengua con carácter internacional y con un papel cada vez más importante en la Unión Europea, que abre muchas puertas profesionales y culturales. Cabe destacar, que en la actualidad existe una importante demanda de cursos especializados de español en el sector de los negocios, la economía y el turismo, lo que implica que la lengua española ya no solo está considerada como una lengua exótica y cultural sino como un idioma con un más que destacable carácter profesional.

Figura 2. Estudio del español en el mundo



- Países con el idioma español como oficial
- Países con más de 1.000.000 de estudiantes
- Países con más de 100.000 de estudiantes
- Países con más de 20.000 de estudiantes

Según recoge la *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006 – 2007* (2006)³, y de acuerdo a los datos obtenidos durante el curso académico 2004 – 2005, en Europa casi 3,5 millones de personas estudian español. De la muestra de datos obtenidos cabe destacar la demanda que existe en Francia donde más de 2 millones de personas estudian el español como segunda lengua extranjera. En Alemania hay más de 453.000 estudiantes, y muchos alemanes perciben ya el español como una lengua cada vez más a tener en cuenta en el ámbito europeo. Tras Francia y Alemania destacan Italia, con más de 300.000 estudiantes, Suecia con más de 150.000 y el Reino Unido, con unos 100.000.

La enseñanza del español como lengua extranjera en África atraviesa un momento crucial, ya que a lo largo del continente más de 500.000 alumnos estudian español. En particular, Senegal y Costa de Marfil copan el 66% de la demanda, pues en ambas regiones se considera que el español les ayudará a abrirse camino en Europa. Sin embargo, el futuro del español en el continente africano dependerá de que sus países logren alcanzar la necesaria estabilidad económica, política y social. Además, como señaló El Hadji Amadou Ndoye durante el IV Congreso Internacional de la Lengua Española (Cartagena de Indias, 2007)⁴, «la enseñanza de la lengua española necesita por parte de los países de habla hispana un apoyo concreto: libros, material didáctico y, en un futuro próximo, relaciones seguidas entre los países africanos y latinoamericanos.»

En Asia y Oceanía, la enseñanza del español ha comenzado a introducirse en las últimas décadas y supone uno de los mayores retos. Asia, con aproximadamente 153.000 alumnos, se perfila como un cliente en potencia que necesita de nuevos profesores cualificados para poder satisfacer la creciente demanda. Oceanía, por su parte, cuenta con unos 60.000 estudiantes repartidos principalmente entre Australia, cuyos alumnos son universitarios en su mayoría, y Nueva Zelanda, cuyos estudiantes pertenecen fundamentalmente a la enseñanza primaria y secundaria.

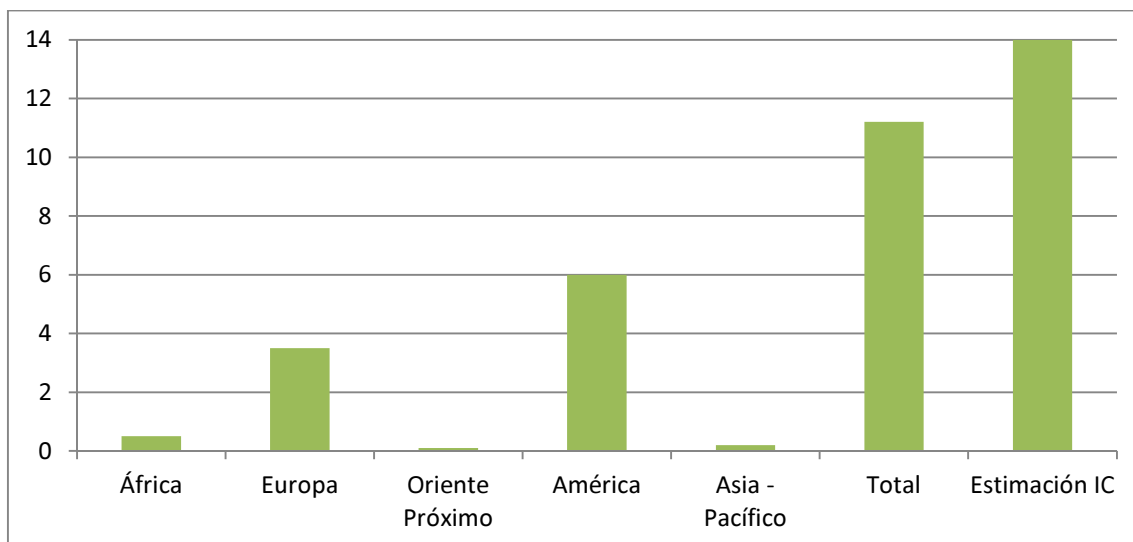
Finalmente, América concentra el mayor número de estudiantes de español como lengua extranjera, alcanzando los siete millones. Como se ha afirmado anteriormente, Estados Unidos copa el mercado con sus seis millones de alumnos y en América del Sur destaca Brasil, con más de un millón de estudiantes en la actualidad. A dichas cifras hay que añadir que en Estados Unidos se espera que durante las próximas décadas se triplique el número de hispanohablantes, y que tras la aprobación de la

³ http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_06-07/default.htm

⁴ http://congresosdelalengua.es/cartagena/ponencias/seccion_3/35/amadou_ndoye_el_hadji.htm

Ley del Español (2005) en Brasil, alrededor de treinta millones de brasileños lleguen a hablar español a lo largo de esta década.

Gráfico 1. Número aproximado de millones de estudiantes de español en el mundo



Fuente: Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006 – 2007.

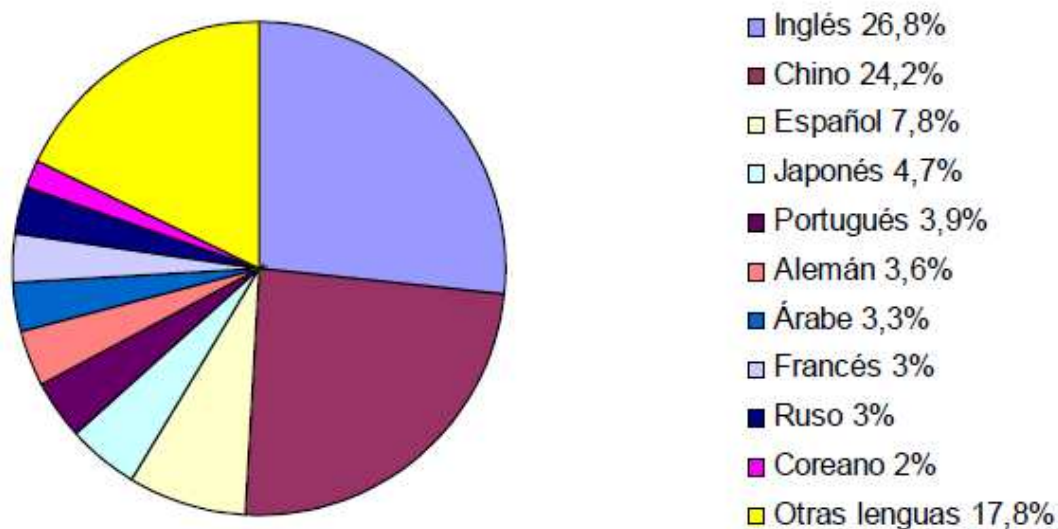
Estos datos reflejan la importancia que la enseñanza del español como lengua extranjera está adquiriendo a lo largo de las últimas décadas y demuestran, por lo tanto, que la lengua española es ya una importantísima fuente de recursos económicos para los países hispanohablantes, con España indiscutiblemente a la cabeza.

2.5. *El español en la Red de redes*

Muchos son los informes que reflejan la situación de inferioridad que vive la lengua española como idioma vehicular de investigación o su insuficiente relevancia en la Red de redes. Según datos de la Fundación Redes y Desarrollo (Funredes), el español tiene una presencia en la Red mucho más pobre que lenguas como el francés o el italiano, pese a que ambas lenguas cuentan con una cantidad de hablantes muy inferior. Además, España ha tenido un desarrollo de las nuevas tecnologías mucho más lento en comparación con otros países de la Comunidad Europea, por ejemplo, lo que ha dificultado la presencia y el desarrollo de información en la Red publicada en español. Porque, por otra parte, España es el país que produce más de la mitad de las páginas web en español, seguida por Argentina con un 9,5%, México con un 8,6% y

Estados Unidos con un 5%, de acuerdo con las cifras obtenidas por Funredes. Estos datos reflejan que la pobre presencia del español en la Red está relacionada con el desarrollo tanto económico como tecnológico en los países hispanohablantes.

Gráfico 2. Lenguas más usadas en la web (2012)⁵



Fuente: World Internet User Statistics

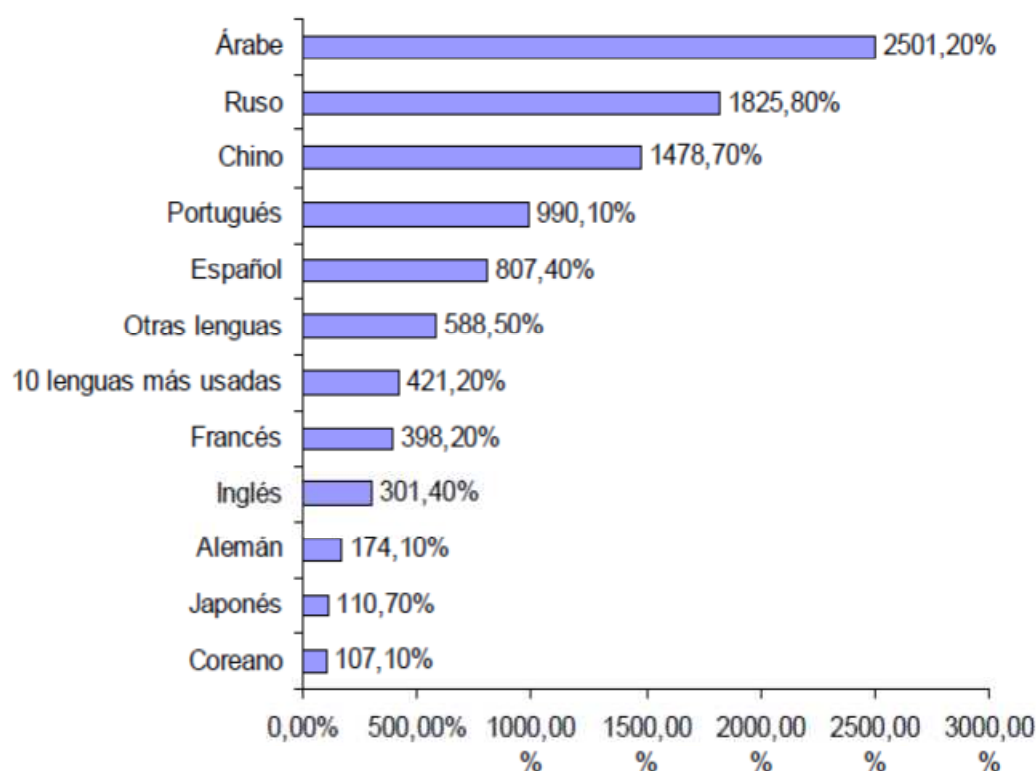
Por otra parte, los criterios de búsqueda de los principales motores de búsqueda están desarrollados desde un punto de vista básicamente anglosajón, de ahí que resulte imprescindible desarrollar nuevos buscadores alternativos, como el Buscador General Panhispánico, propuesto por el Centro Virtual Cervantes del Instituto Cervantes. Dicho buscador permitirá realizar búsquedas inteligentes y localizar información cultural de calidad publicada en Internet relacionada con la lengua española⁶.

Sin embargo, el Instituto Cervantes se muestra mucho más optimista, ya que asegura que el español es la tercera lengua más usada en la red y ha experimentado un crecimiento del 807% entre el 2000 y el 2011. Por lo tanto, es factible mejorar la presencia de la lengua española en la Red de redes, siempre y cuando se siga incrementando la creación de contenidos en español y se sigan desarrollando nuevos sistemas de recuperación de datos.

⁵ http://eldiae.es/wp-content/uploads/2012/07/2012_el_espanol_en_el_mundo.pdf

⁶ <http://www.invertia.com/noticias/articulo-final.asp?idNoticia=981015>

Gráfico 3. Crecimiento de las lenguas más usadas en la Web (2000 – 2011)⁷



Fuente: World Internet User Statistics

2.6. *El español como recurso económico*

Según Emilio Botín (director del Grupo Santander), el español como recurso económico en el año 2003 podía valorarse entre el 14,6% y el 16,1% del Producto Interior Bruto de España, unos 200.000 millones de dólares (253.000 millones de euros aproximadamente). Dichas cifras confirmaban ya entonces que la lengua española supone una enorme ventaja no solo para los hispanohablantes y los países hispanos sino también para sus empresas.

Por su parte, el que fuera vicepresidente ejecutivo del ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), José Manuel Reyero, afirmó también en el mismo año que «la lengua española es el principal activo económico que posee España»⁸, ya que la industria cultural española en su conjunto aporta el 6% del Producto Interior Bruto y proporciona empleo a, poco más o menos, unas 700.000 personas. Pero es que además, según afirma Óscar Berdugo (director de la Asociación para el Progreso del Español como Recurso Económico), «el español tiene capacidad para estimular el

⁷ http://eldiae.es/wp-content/uploads/2012/07/2012_el_espanol_en_el_mundo.pdf

⁸ http://congresosdelalengua.es/valladolid/mesas_redondas/reyero_j.htm

incremento de la demanda de bienes y servicios ligados con la idea de lo español: gastronomía, diseño, moda o turismo»⁹.

Por todo ello, diversas instituciones y organizaciones españolas, con el Instituto Cervantes y el ICEX a la cabeza, tratan de llevar a cabo una política de promoción de la enseñanza del español y de todo aquello ligado a la cultura de lo español. Pero pese a todo, la situación del español como recurso económico todavía está lejos del papel que debería llegar a desarrollar, ya que en la actualidad, la lengua española podría ser capaz de desempeñar un rol mucho más fundamental en la economía educativa mundial.

Si tanto España como el resto de los países hispanohablantes, desean incrementar el valor del español como recurso económico, tal y como expone Paz Álvarez (jefe del departamento de Industrias Culturales del ICEX hasta el año 2008) en *El Exportador Digital*:

Se hace imprescindible crear productos y servicios de mayor valor añadido, propiciar la convergencia entre proveedores de servicios educativos y editores de productos, estimular la demanda del español en nuevos mercados y ahondar en una mayor adaptación de los productos y servicios educativos a mercados específicos [...]

Siguiendo la línea de pensamiento de Paz Álvarez, Gonzalo Capellán, vicerrector del Campus de Excelencia de la Universidad de Cantabria, recuerda la importancia de la calidad de la enseñanza del idioma por encima de la cantidad: «Con la explosión que vive ahora la enseñanza del idioma y la multitud de centros que hay, si quieres ser un centro de referencia, o te distingues por la calidad, o no tienes nada que hacer, porque es un mercado muy competitivo».¹⁰ Y para impulsar la calidad en la enseñanza del español como lengua extranjera la *Fundación Comillas*, institución creada por los gobiernos de España y Cantabria con el apoyo de la *Real Academia Española*, decide en el 2011 reconocer el esfuerzo a los profesores y centros educativos que han destacado en su labor educativa a través del *Premio Internacional Comillas a la Excelencia en la Enseñanza del Español*. El propio director de la *Fundación Comillas*, Ignacio Gavira, resalta que no existen más premios de estas características y que el propósito de la institución de dicho premio es: «impulsar la calidad, la excelencia, la

⁹ http://www.el-exportador.com/022003/digital/mercados_estrategias.asp

¹⁰ http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-espanol__imprescindible__en_los_negocios_del_mundo-seccion-general-nota-25434.htm

innovación, reconocer a los profesionales su trayectoria en la enseñanza del español». ¹¹

Como se ha señalado anteriormente, en el presente son cada vez más las personas que deciden estudiar español por motivos comerciales o laborales, de modo que es necesario proporcionar cursos especializados de calidad. Esta cuestión, que no tendría por qué suponer mayores escollos, resulta más compleja ya que: «las instituciones internacionales han descuidado que el español sea una lengua de expresión especializada, está mal representado en el ambiente técnico», detalla Daniel Prado (Lucas, 2010), director de *Terminología e Industria de la Lengua de Unión Latina*. Además, señala que la representación de los países hispanohablantes en los organismos que rigen las normas internacionales de las *Tecnologías de la Información y la Comunicación* es muy débil.

Si bien es cierto que, como afirmara el antiguo presidente del gobierno de España, don José Luís Rodríguez Zapatero, durante un discurso en el Instituto Cervantes de Pekín:

[...] estamos trabajando desde diferentes instituciones del Estado en la promoción de foros y encuentros al más alto nivel académico, publicaciones y revistas especializadas, dentro y fuera de la Red, así como en la búsqueda de acuerdos internacionales para la consideración y validación de las publicaciones científicas en español. ¹²

Pese a que la promoción y la enseñanza de la lengua española es un sector con grandes expectativas de crecimiento, aún existen muchas lagunas y los esfuerzos invertidos no resultan ser lo suficientemente eficaces. Por ello, y de acuerdo con las líneas de actuación propuestas por Alonso, Jiménez y García Delgado (2008), es necesario profesionalizar el sector y llevar a cabo una regulación pública de la enseñanza del español como lengua extranjera, para que puedan fijarse unos mínimos de calidad y se mejore la situación laboral y profesional del personal docente.

¹¹ <http://anunciantes.eluniversal.com/profiles/blogs/saltar-la-barrera-idiomatica>

¹² http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2011/noticias/ic_pekin_discurso_zapatero.htm

3. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE DATOS

En el presente apartado de la investigación, se reconocerán, describirán y analizarán las principales actividades y sectores que tienen como objeto la lengua española o la lengua española como lengua extranjera para, posteriormente, profundizar en el estudio y análisis de la estructura actual del campo de la enseñanza de español como lengua extranjera.

Para poder identificar los principales sectores que trabajan con el español o la lengua española como lengua extranjera, resulta fundamental describir, en primer lugar, qué entendemos por industria cultural. Según la *UNESCO*:

El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. (...) Las industrias culturales incluyen generalmente los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño.¹³

Dichas industrias culturales transmiten no solo la identidad cultural sino que también promocionan la lengua materna de un determinado país. En el caso que nos ocupa, las principales industrias culturales descritas por Berdugo (2000) que trabajan directa, o indirectamente en algunos casos, con la lengua española o la lengua española como lengua extranjera son:

- Servicios lingüísticos
- Tecnologías de la lengua
- Sector editorial
- Sector audiovisual
- Sector musical
- Productos editoriales para la enseñanza del español
- Enseñanza del español como lengua extranjera

3.1. *Servicios lingüísticos*

El campo de los servicios lingüísticos resulta muy amplio y complejo, por ello, a continuación se tratará de exponer algunos de los sectores que tienen cabida dentro del mismo. Dentro de los servicios lingüísticos podemos incluir la planificación

¹³http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_641B0E7E3ED6E09189068288C41A98CCA05E0100/filename/cultural_stat_es.pdf

lingüística, área que se asocia a los usos de la lengua en el desempeño de sus funciones oficiales o públicas, comprendiendo desde la proclamación de lenguas oficiales hasta la regulación y la normativa que afectan a instancias menores (Blas Arroyo, 1988 – 1989).

España, cuyo territorio se encuentra dividido en diecisiete comunidades autónomas, cuenta con el español como lengua oficial dentro de todo el estado, pero además existen otras lenguas cooficiales: el catalán, el euskera y el gallego. Dichas lenguas se hablan, además del español, en algunas de las comunidades y esto ha provocado el desarrollo de modelos de planificación lingüística que en ocasiones se encuentran en entredicho. Según Blas Arroyo (1988 – 1989):

Para algunos, las políticas lingüísticas ejercidas en España dificultan e impiden la verdadera normalización social de las lenguas minoritarias. Para otros, el español y sus hablantes se ven sometidos a una constante discriminación en las comunidades autónomas que poseen lengua propia.

Ya en la década de los 50 el norteamericano Hall (1950) indicaba los peligros de la intervención política sobre la lengua: «el aumento de la inseguridad lingüística entre los individuos, el alejamiento de la lengua hablada o la alteración de los procesos naturales conducen al cambio lingüístico.»

En cuanto a la planificación lingüística en lo que a la América hispana se refiere, existen numerosos estudios que tratan de analizar los intentos por implementar políticas de educación bilingüe entre las principales minorías etnolingüísticas. Países como Bolivia, Ecuador o Guatemala han desarrollado programas para promover la educación multilingüe y multicultural. Sin embargo, autores como Fleischmann (1992) señalan que en países centroamericanos como Costa Rica o Nicaragua aún no existen políticas lingüísticas necesarias que aseguren una educación bilingüe y, por ende, la supervivencia de las lenguas minoritarias de dichas regiones.

Otra área importante dentro de los llamados servicios lingüísticos es la terminología, entendida como el conjunto de términos o vocablos propios de una determinada profesión, ciencia o materia, de acuerdo con la definición de la *Real Academia Española*. Para promover el estudio de la terminología española así como de los lenguajes de especialidad, en 1997 se fundó la *Asociación Española de Terminología (AETER)*, cuya principal tarea consiste en estimular la elaboración de recursos terminológicos en español y en las demás lenguas de España, así como difundir los

recursos existentes. Así mismo, *AETER* organiza *Jornadas de Terminología* para facilitar el intercambio científico entre expertos y asiste a todo tipo de actividades relacionadas con la terminología. Además, *AETER* mantiene relaciones con distintos tipos de organismos y organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional, con el propósito de favorecer la coordinación del uso de las lenguas especializadas. De hecho, *AETER* forma parte, entre otras, de la *Red Iberoamericana de Terminología (RITerm)*, fundada en 1988 en la Universidad Simón Bolívar de Caracas y que tiene por cometido elaborar, según Cabré (2000): «propuestas para la terminología centradas en el análisis de las necesidades informativas y comunicativas reales.» *RITerm* tiene por objetivo consolidar las terminologías en los países de habla española, catalana y portuguesa, y para ello se encarga de llevar a cabo simposios de terminología bienales, publicar la revista *Debate Terminológico*, recopilar e intercambiar información terminológica, planificar y desarrollar proyectos relacionados con el área de la terminología (tales como bancos de datos terminológicos, planificación terminológica, etc.) y colaborar en proyectos de formación en terminología.

Pese a la existencia de estos y otros organismos, creados al margen de las instituciones y que resultan determinantes en el progreso de las actividades terminológicas entre España e Iberoamérica, la lengua española carece de un centro de terminología o de algún tipo de organismo que se encargue, a nivel oficial, de su normalización. Tampoco existe coordinación de las actividades terminológicas por parte de las instituciones ni un organismo encargado del tratamiento de la nueva terminología de la lengua española en su conjunto. Además, la tendencia en el ámbito científico-técnico actual es, según Cabré (2006), el de: «ceder espacio al inglés en la comunicación científico-técnica nacional con el consiguiente abandono de la lengua propia incluso en situaciones de comunicación de ámbito nacional.»

Es por ello, que resulta necesaria la creación o asignación de un organismo de referencia que sea capaz de coordinar el trabajo, establecer métodos y criterios neológicos y difundir los recursos llevados a cabo. De hecho, el proyecto *TERMESP.ORG: Organización y difusión de la terminología del español*, lanzado por *AETER* en el 2005, propone facilitar el acceso a la terminología existente, organizar la terminología en español y establecer unos criterios para la terminología de la lengua española, lo que supone un importante avance y una línea de trabajo a seguir.

Otras áreas incluidas dentro de los servicios lingüísticos son aquellas relacionadas con la traducción y la documentación. Para llevar a cabo la traducción de un texto especializado es necesario documentarse para poder acceder a la terminología específica del campo especializado de dicho texto. Pese a lo que pueda parecer, gran parte del trabajo de traducción reside en comprender el texto a traducir a través de una buena labor de documentación. En un primer momento, las principales fuentes documentales provenían de enciclopedias, diccionarios, manuales, revistas, textos paralelos, manuales de estilo, etc. Pero en la actualidad, gracias al desarrollo de Internet, la mayor parte de la gran cantidad y variedad de datos con la que un traductor puede llegar a documentarse proviene, fundamentalmente, de la Red de redes. Además de una amplia documentación, Internet también ofrece la posibilidad de suscribirse a listas de distribución y boletines de noticias en los que traductores, nacionales e internacionales, intercambian información sobre diferentes aspectos relacionados con la traducción y los procesos de documentación. Entre las listas de distribución en lengua española más activas se encuentran algunas como *Traducción en España*¹⁴, *Foro del español del Instituto Cervantes*¹⁵, *La linterna del traductor*¹⁶, *Tecnología del habla*¹⁷, *INFOLING*¹⁸, *MEDTRAD*¹⁹, *MINERVA*²⁰, *TRADUX*²¹, etc.

Por otra parte, y para facilitar de igual manera la ardua y laboriosa tarea del traductor, existen innumerables diccionarios, vocabularios, léxicos, corpus, repertorios, obras electrónicas, etc. que pueden consultarse a través de Internet. Como muestra, se podrían mencionar diccionarios como *El Oteador*, del *Centro Virtual Cervantes*, o el de *La Página del Idioma Español*, el de la *Real Academia Española*... Algunos bilingües como el *diccionario de inglés – español* de la Universidad de Oviedo. Diccionarios de colocaciones como el *Diccionario de Colocaciones del Español (DiCE)*, de la Universidad de la Coruña, de sinónimos y de antónimos como los de la Universidad de Oviedo, etc. Algunos de los corpus a los que se puede acceder en línea son: el *Corpus de Referencia del Español Actual*²² (CREA, de la Real Academia Española), el *Corpus Oral de Referencia del Español Contemporáneo (CORLEC)*²³ de la Universidad Autónoma de Madrid o el *Corpus del español* de la Brigham Young University²⁴. Además, también están publicados en la red cuantiosos corpus orales y escritos, atlas

¹⁴ <http://www.rediris.es/list/info/traduccion.html>

¹⁵ <http://cvc.cervantes.es/foros/default.asp>

¹⁶ http://traduccion.rediris.es/cdb/cdb_4.htm#1a

¹⁷ <http://www.rediris.es/list/info/techabla.html>

¹⁸ <http://www.infoling.org/home.php>

¹⁹ <http://medtrad.blogspot.com.es/>

²⁰ <http://www.oocities.org/wellesley/garden/8254/Minerva/Presentacion.html>

²¹ <http://groups.yahoo.com/group/tradux/>

²² <http://corpus.rae.es/creanet.html>

²³ <http://www.llf.uam.es/ESP/Corlec.html>

²⁴ <http://www.corpusdelespanol.org/>

lingüísticos, gramáticas, herramientas ortográficas y recursos relacionados con la fonética y la fonología española.

Y por si todo esto fuera poco, también existen numerosas instituciones y asociaciones vinculadas con la lengua española, tales como: *Instituto Cervantes*, *Real Academia Española*, *Asociación Internacional de Hispanistas*, *Unión Latina*, *Sociedad Española de Lingüística (SEL)*, *Asociación de Lingüística Aplicada (AESLA)*, *Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*²⁵ (AELFE), etc.

3.2. Tecnologías de la lengua

Las tecnologías del lenguaje (TL) o tecnologías lingüísticas son aquellas que se integran en aplicaciones informáticas para permitir el tratamiento de textos escritos o el procesamiento del habla. Son tecnologías que hacen posible la creación de herramientas pensadas para facilitar el empleo de los ordenadores sin por ello tener que renunciar al uso habitual del lenguaje como medio de interacción e intercambio de información (Llisterri y Martí, 2002). Las tecnologías del lenguaje se dividen en aquellas que estudian el habla y las que tienen por objeto la lengua escrita. Las primeras se encargan del tratamiento informático de la lengua oral y hacen posible que un ordenador proporcione información hablada, reconozca enunciados o sea capaz de entablar una interacción para recabar información o llevar a cabo transacciones. Las últimas, por su parte, se centran en la vertiente escrita de la lengua. Entre las herramientas que forman parte de las tecnologías del texto se distinguen dos tipos: las herramientas que procesan la lengua escrita y las tecnologías empleadas en el desarrollo de aplicaciones (Llisterri, 2003). Además, dentro de las tecnologías lingüísticas también podemos encuadrar a la traducción automática (TA), que fue una de las primeras aplicaciones que intentaron llevar a cabo el procesamiento informático del lenguaje. Gracias al desarrollo de la traducción automática los profesionales del campo de la traducción pueden valerse de sistemas de traducción asistida que mejoran y facilitan su labor.

El sector de las tecnologías de la lengua o la ingeniería lingüística en España no comienza a gestarse hasta finales del siglo XX. Según Abaitua (1999), a partir de 1985 se instauraron las bases de la investigación y desarrollo de la traducción automática

²⁵ Lingüística y lenguas españolas. Recursos en internet. Accesible en: http://liceu.uab.es/~joaquim/applied_linguistics/new_technologies/LengEsp_Materiales_WWW.html#generales

en España, lo que supuso uno de los primeros pasos hacia el desarrollo de la ingeniería lingüística española. Además, en 1984 nace en España la *Sociedad Española para el Procesamiento del Lenguaje Natural*²⁶ (SEPLN), cuyo objetivo es promover y difundir todo tipo de actividades referentes a la enseñanza, la investigación y el desarrollo en el ámbito del procesamiento del lenguaje natural, tanto nacional como internacionalmente. Posteriormente, a principios de los 90, surgiría la primera iniciativa institucional relacionada con la ingeniería, a través de la creación del programa de *Tecnología Lingüística en el Área de Industrias de la Lengua de la Sociedad Estatal del Quinto Centenario*. Los principales resultados obtenidos gracias al desarrollo de aquel proyecto figuran en el resumen llevado a cabo por la *Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (FUNDESCO)* en 1996. Durante la década de los 90 se comenzaron a celebrar congresos relacionados con las industrias de la lengua como el *Simposio de la Lengua Española. Ciencia y Tecnología* o el *Congreso de la Lengua Española*, en colaboración ya con el recién fundado *Instituto Cervantes* y la *Real Academia Española*. Así mismo, se comenzó a promover la participación española en proyectos europeos relacionados con el ámbito de la ingeniería lingüística, con el apoyo de diversas organizaciones y la participación de expertos de diversa índole. También a comienzos de los 90 aparece el *Centro de Tecnología de la Lengua (CTL)* que se encarga de almacenar la experiencia acumulada sobre el procesamiento del lenguaje natural del *Centro de Investigación UAM-IBM*, y cuyo objetivo principal era la investigación y elaboración de aplicaciones en el área del tratamiento del lenguaje natural, ya fuera de forma escrita o hablada. Finalmente, en 1994 el *Instituto Cervantes* obtuvo una subvención por parte del *Ministerio de Industria y Energía* con la que pudo poner en marcha el *Observatorio Español de Industrias de la Lengua (OEIL)*, cuyos fines son, además de difundir y promover la investigación de la lengua española, proporcionar toda la información disponible sobre las industrias de la lengua y la ingeniería lingüística en España (Llisterri y Garrido, 1998).

Entre algunos de los proyectos en los que el *OEIL* ha participado, se encuentra el proyecto *EUROMAP*, cuyo informe, llevado a cabo con financiación de la *Comisión Europea*, refleja algunas de las carencias que sufre España en el ámbito de las tecnologías lingüísticas. En dicho informe, sus autores Joscelyne y Lockwood (2003) sitúan a España entre países como Francia o Bélgica, que presentan un fuerte potencial, pero sin llegar a alcanzar a países líderes como Alemania, el Reino Unido o los Países Bajos. Entre las principales lagunas mencionadas, Llisterri (2004) hace

²⁶ <http://www.scie.es/asociaciones-integrantes/sepln/>

hincapié en las siguientes: la ausencia de un programa nacional centrado en las tecnologías lingüísticas, la escasa inversión del sector público en tecnologías lingüísticas, la falta de grupos de trabajo que integren expertos del ámbito tecnológico y especialistas en lingüística que puedan trabajar a la par en el campo de las tecnologías lingüísticas y la limitada inversión de la industria española en el ámbito de las tecnologías del lenguaje. Según las recomendaciones de Joscelyne y Lockwood (2003), todas las limitaciones anteriormente citadas podrían solventarse mediante la creación de una *Agencia de las Tecnologías Lingüísticas* que estuviera apoyada por un *Observatorio de las Tecnologías Lingüísticas*, cuyas principales funciones serían: evitar la duplicación de esfuerzos, dotar de visibilidad a las tecnologías lingüísticas, aportar datos para definir las políticas europeas de investigación y crear una «infraestructura lingüística digital» capaz de proporcionar los recursos necesarios.

Por otra parte, cabría destacar la importancia del papel que desempeñan las tecnologías lingüísticas y las nuevas tecnologías en la enseñanza del español. El *Instituto Cervantes*, a través del *Aula Virtual de Español (AVE)*²⁷, hace uso de las mencionadas tecnologías para crear un entorno virtual diseñado para el aprendizaje y la enseñanza del español como lengua extranjera a través de Internet. Gracias al *AVE* alumnos de todas partes del mundo pueden aprender español a través de los cursos de español general que ofrecen actividades interactivas y multimedia, herramientas de aprendizaje y comunicación como foros y chats y un completo sistema de seguimiento y evaluación del alumno²⁸.

3.3. Sector editorial

La industria editorial española se nutre directamente del español y se encarga de difundir la belleza y complejidad de la lengua española en todo el mundo. El sector editorial español ocupa el cuarto lugar a nivel mundial en cuanto al número de títulos publicados y el quinto en cuanto a nivel de facturación, lo que indica que el mercado editorial en español se encuentra entre los más importantes del mundo, compitiendo con el mercado francés, alemán e inglés, por este orden. Además, España es el país con mayor índice de lectura de la comunidad hispanohablante.

²⁷ <http://ave.cervantes.es/>

²⁸ http://www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/tecnologia_espanol/ave.htm

Según Santos Redondo (2011):

La edición de libros en español es hoy una industria pujante que sirve a un mercado global. Está en manos de empresas privadas multinacionales y el peso del Estado es sobre todo como regulador y como cliente o mecenas de ediciones. Es una industria cultural de gran relevancia para la economía española, con una larga tradición exportadora.

Dentro de la producción editorial, encontramos dos actividades principales: la edición y la impresión. De acuerdo con los datos recogidos por Santos Redondo (2011), las actividades de impresión, que suponen un 42% del valor total del sector, se han ido trasladando a otros países en los últimos tiempos:

[...] bien para acercarlas a los compradores y disminuir costes de transporte (las empresas multinacionales radicadas en España imprimen en América sus libros en español destinados a ese mercado) o para disminuir los propios costes de impresión (China se ha convertido en un importante impresor de libros en cualquier idioma).

Además, buena parte de los libros editados en España corresponden a traducciones de otras lenguas. Según datos del *Observatorio de la Lectura y el Libro*²⁹, alrededor de la cuarta parte de la producción anual de libros en España proviene de la traducción de obras publicadas en otras lenguas. En concreto, durante el 2011 se publicaron en España 24.623 traducciones, cifra que supone el 21,1% del total publicado. Por otra parte, la traducción de obras españolas a lenguas extranjeras supuso el 7,6% de dichas traducciones durante el mismo año, lo que supuso un aumento de más del 1% con respecto al año anterior. Asimismo, la edición de libros electrónicos aumentó en el 2011 en más de un 43%, lo que demuestra que la industria editorial española afronta con solidez el reto establecido desde la aparición en el mercado del libro electrónico. Estos datos revelan la creciente importancia de la lengua española en el mundo y su capacidad de adaptación a los nuevos retos tecnológicos.

España, por su parte, afronta uno de los mayores retos para la promoción del libro en español desde que en el 2006 surgiera el proyecto *America Reads Spanish*, promovido por el *Instituto Español de Comercio Exterior*. El principal objetivo de dicho

²⁹ http://www.mcu.es/principal/docs/MC/2012/Libro/Sector_del_Libro_Abril_2012.pdf

proyecto es incrementar y consolidar la presencia de las editoriales españolas mediante la creación de estructuras de distribución en el destino.

Sin embargo, el crecimiento de la industria editorial en español se ve frenado debido a los bajos índices lectores en la población hispanohablante, especialmente en los países latinoamericanos. De igual manera, el escaso aumento del desarrollo del nivel económico y cultural de los países hispanohablantes obstaculiza el despegue de la industria editorial en español.

3.4. Sector audiovisual

Probablemente el cine sea el arte que mejor simboliza el concepto de las industrias culturales, ya que representa a la vez cultura y espectáculo comercial (Santos Redondo, 2011). Los principales procesos que forman parte de la industria cinematográfica son: la elaboración, el doblaje y la distribución de películas. En los últimos años el número de espectadores se ha reducido de forma notable en España, debido a factores como la profunda crisis económica que acucia el país, la subida (13 puntos más) del IVA en el precio de las entradas y la descarga gratuita de películas a través de Internet. Por otra parte, las películas de origen español tan solo alcanzan el 13% de la recaudación total, mientras que las películas importadas de países hispanohablantes no llegan al 1%. El resto corresponde a cine importado de otros países, principalmente desde los Estados Unidos, que alcanza una recaudación superior al 71%. De hecho, la mayor parte del mercado cinematográfico español se encuentra en manos de las filiales de las grandes compañías norteamericanas.

Sin embargo, España posee una amplia producción cinematográfica, ya que alcanza los 170 largometrajes al año. Esta elevada producción se debe, en gran medida, a las subvenciones provenientes del *Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA)*, organismo encargado del fomento y la promoción de la cinematografía española. Además, cabe destacar que más de un tercio de los largometrajes producidos en España son coproducidos por países como Argentina, Inglaterra, Francia, Italia, México y Portugal, principalmente.

Por fortuna, en los últimos años el cine español está recaudando más fuera que dentro de España, gracias al incremento en un 21% del número de películas estrenadas en el extranjero y al aumento, de más de un 70%, de la venta de copias³⁰. Por el contrario, a

³⁰ <http://www.panoramaaudiovisual.com/es/2010/06/22/el-cine-espanol-recauda-mas-fuera-que-dentro/>

lo largo del último año existe una caída generalizada de la asistencia del público español al cine que ha provocado una reducción de más del 16% de la recaudación en España, y tras el último recorte al *Fondo de Cinematografía* del vigente gobierno, el presupuesto apenas alcanza los 29 millones de euros, una cifra que se antoja demasiado corta.

Pese a todo, el cine español cuenta con reconocidos directores e intérpretes cuyas películas recaudan dinero en todo el mundo, y cuyo reconocimiento internacional se debe a la originalidad temática, la libertad creativa y las innovaciones estéticas que plasman en muchos de los largometrajes producidos en España. De igual manera, como afirma Caballero (2006), el nivel de producción cinematográfica española se ha consolidado en los últimos tiempos gracias a la inestimable ayuda de la legislación vigente, del apoyo por parte de la televisión pública y de la estrecha colaboración entre los sectores empresariales y gubernamentales. Lamentablemente, la difusión internacional del cine español sigue siendo insuficiente, así como el número de espectadores que acude a las salas de cine para ver numerosas películas producidas gracias a las subvenciones procedentes del gobierno.

Por otra parte, la producción cinematográfica hispanohablante de América Latina se concentra principalmente en México, Argentina y Chile. Otros países con una capacidad productiva mucho menor serían Colombia, Venezuela, Cuba, Uruguay y Perú. Gracias a la extensa y amplia colaboración entre España y distintos países hispanohablantes (Argentina y México principalmente) en la elaboración de coproducciones, existe un importante mercado cinematográfico en español que garantiza la circulación de cortometrajes y largometrajes a ambos lados del Atlántico. De entre todos los países hispanohablantes, tal y como observan Bonet y González (2002): Argentina y España, con sistemas gubernamentales de apoyo que contribuyen aproximadamente entre el 40% - 80% del coste total de las películas, son los que presentan una mejor situación en el panorama cinematográfico mundial.

Por lo tanto, para que la cooperación entre España y el resto de los países hispanohablantes sea cada vez más productiva y eficiente, se debe tratar de prestar más ayuda a la parte latinoamericana del binomio, así como crear las leyes y las infraestructuras necesarias que ayuden a fortalecer a las cinematografías emergentes.

3.5. Sector musical

La música es parte fundamental de la cultura, ya que en la música existe una porción universal, independiente del idioma, y otra vinculada a la lengua y la cultura en que se expresa. En concreto, la música en español supone una forma más de expandir y dar a conocer la lengua española en todo el mundo. Pero además, la industria musical es una actividad económica que genera importantes volúmenes de negocio en todo el mundo.

Actualmente, el mercado discográfico español ocupa la novena posición en el mercado internacional en términos de facturación y representa el 1,9% del total mundial (Santos Redondo, 2011). No cabe ninguna duda de que en las últimas décadas se está experimentando una explosión musical que posee la lengua española como signo distintivo. Cada vez son más los artistas no hispanohablantes que deciden versionar sus canciones al español, interpretar canciones bilingües o directamente componer canciones en español para poder llegar a su público hispanohablante. Y no solo destaca la presencia constante de música en español, sino que los ritmos latinos y españoles han pasado de ser considerados exóticos a convertirse en elementos musicales a tener en cuenta por cualquier tipo de artista musical.

La importancia de la lengua española en la música que se escucha en España es significativa en la música clásica cantada y muy importante en la música popular, ya que en España y en los países hispanohablantes fundamentalmente se escucha música española. De hecho, aproximadamente el 60% del negocio de la música en España y en los países hispanohablantes es música en español. En 2009, por ejemplo, de los 50 álbumes más vendidos en España, 33 de ellos estaban cantados en español y otros 17 en otros idiomas.

En cuanto a la venta de música en los Estados Unidos, principal productor y consumidor de música en todo el mundo, la distribución de ventas según el origen del repertorio es la siguiente: un 92% es producto norteamericano, un 5% es producto extranjero y el 3% restante corresponde a la venta de música clásica. Sin embargo, a partir de 1996 la importancia del género *latino* experimentó un espectacular crecimiento del 25%, un dato que demuestran que la música española es capaz de traspasar las fronteras de sus audiencias naturales y destacar en la sociedad norteamericana (Bautista, 2001). Además, es un hecho que la conocida como música latina o *latin music* en los Estados Unidos, está de moda en las últimas décadas, como

demuestran numerosos cantantes no hispanohablantes que cantan y versionan sus canciones en lengua española.

Como afirma Cobo (2001) es una realidad que:

El consumidor de música en español ha cambiado. Las barreras geográficas y culturales se erosionan a diario. Hay más opciones y más idiomas de donde escoger. [...] Nuestro deber es hacer lo posible porque haya un mercado para esta música, de Estados Unidos a Argentina, de España a México. Y nuestro deber es hacer crecer ese mercado, no sólo más allá de los límites de nuestro idioma sino especialmente dentro de las capacidades del mismo.

3.6. *Productos editoriales para la enseñanza del español*

A pesar de la crisis económica en la que España se ve inmersa desde finales del 2007, la exportación se ha alzado como el principal motor de las empresas españolas. De hecho, según las cifras de la *Federación Española de Cámaras del Libro* (2010) el sector del libro ha logrado un incremento aproximado del 12%. Concretamente, el sector del libro ha crecido un 2,5% mientras que el sector editorial ha aumentado un 5,12%. Otra buena noticia, es que las exportaciones en Europa mejoraron en un 16%, con el Reino Unido y Francia como principales clientes. En América, el principal comprador es México. Si bien es cierto que durante este periodo de tiempo, a medida que el euro se fortalece en el mercado las cifras de exportación disminuyen y viceversa. Además, también es importante señalar la naturaleza de los productos editoriales que se exportan. Según datos de la *Federación Española de Cámaras del Libro* (2010) alrededor del 42% del producto exportado es gráfico, mientras que el 42,5% del mismo pertenece al sector del libro. De igual manera, una parte importante del producto gráfico exportado (26%) son libros también.

Como se ha indicado anteriormente en el análisis del sector editorial, la edición es un sector estrechamente relacionado con la economía, y todo material didáctico para el aprendizaje y la enseñanza del español como lengua extranjera tiene en la lengua española su materia prima fundamental. Por ello, es necesario acotar qué porcentaje aproximado del total representa la exportación de material editorial para la enseñanza de español.

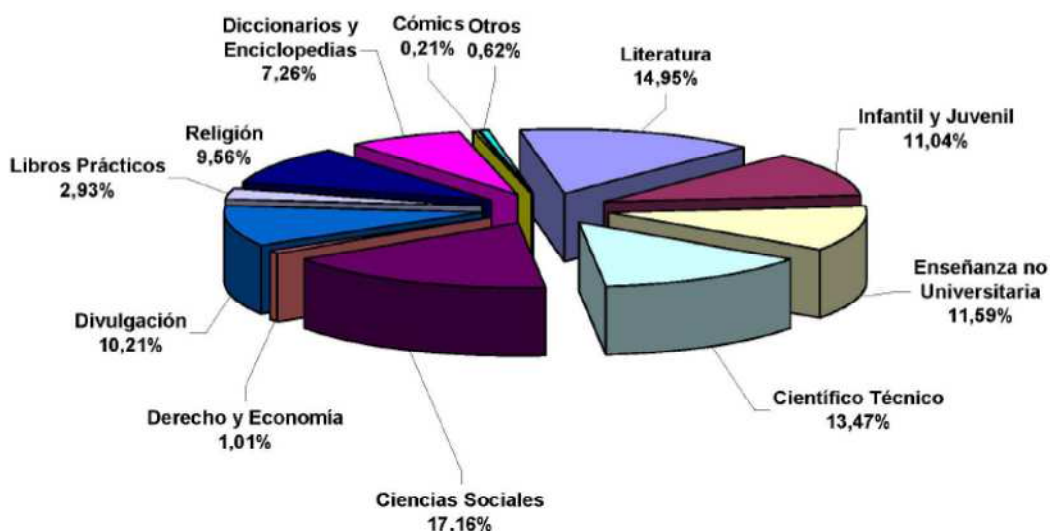
Gráfico 4. Mercancías de exportación sector del libro 2010 (en miles de euros)



Fuente: *Federación Española de Cámaras del Libro*

Dentro de las cifras totales de material editorial exportado, la *Federación Española de Cámaras del Libro* (2010) divide dicho material en diferentes materias. Dicha división podría resultar muy útil para conseguir una cifra del porcentaje aproximado que supone el material empleado en la enseñanza del español. Si se tienen en cuenta las cifras de los libros de enseñanza no universitaria (11, 59%), los diccionarios y enciclopedias (7,26%) y los libros prácticos (2,93%), todas ellas materias que pueden comprender recursos empleados para la enseñanza de español como lengua extranjera, se puede concretar que el 21,78% del total exportado está relacionado con el aprendizaje del español.

Gráfico 5. Exportación por materias 2010 – Libros



Fuente: *Federación Española de Cámaras del Libro*

Además de los datos de exportación editorial, las cifras de demanda de aprendizaje del español en todo el mundo resultan determinantes a la hora de hacer valoraciones o proponer mejoras dentro del sector editorial. Si bien es cierto que entre los principales consumidores del sector editorial están Francia, el Reino Unido y México, también es indispensable contar con países como Brasil o los Estados Unidos, cuya demanda de español y de lengua española va en aumento. En cuanto a Brasil, a lo largo de este proyecto ya se ha mencionado que tras la aprobación de la ley de oferta obligatoria de la lengua española en la enseñanza secundaria en el 2005, la lengua española quedó instaurada como lengua extranjera tanto en la enseñanza media como en la *fundamental*, lo que favorece indudablemente el crecimiento del español en un país que ya de por sí cuenta con una población hispanohablante de aproximadamente un millón de personas. En cuanto a los Estados Unidos, en la actualidad ya más de seis millones de personas estudian el español como lengua extranjera y las expectativas más optimistas sitúan el crecimiento de la demanda en torno al 60%, de modo que se trata, sin lugar a dudas, del mercado en plena expansión más prometedor del planeta. Dichas cifras merecen una mención aparte y un análisis de la situación la lengua española en los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América, primera potencia económica mundial, cuenta con el español como la segunda lengua de la nación. Los hispanohablantes de Estados Unidos suponen ya el 15% de la población total y la población hispana supera con creces los 40 millones de personas. Con estas cifras, no resulta extraño que una de las industrias con mayor crecimiento en los Estados Unidos sea la industria del libro en español. Según la consultora *Kiser & Associates* (Mayor, 2008), las ventas de libros en español ascienden a más de 350 millones de dólares al año. De la venta de dicha cantidad, la mayoría de los libros en español proceden de México, España, Colombia, Ecuador y Argentina, en dicho orden. México lidera las importaciones con unos 70 millones de dólares. De las editoriales españolas con mayor participación activa en el mercado norteamericano destacan el *Grupo Santillana* y el *Grupo Editorial Planeta*, con oficinas de venta directa en el propio país. Además, el auge del sector editorial español en Estados Unidos ha propiciado la publicación de libros en español por parte de empresas editoriales que anteriormente trabajaban únicamente con publicaciones en inglés. Según Mayor (2008: 917), «existen más de cien empresas distribuidoras de libros en español a nivel regional y nacional en los Estados Unidos, las cuales facilitan el proceso de facturación del libro entre las editoriales y los posibles compradores.»

Debido al citado auge empresarial del sector del libro en lengua española, las editoriales tanto españolas como hispanoamericanas desean incrementar sus ventas en Estados Unidos, pues reconocen que se trata de un mercado rentable y un modo más de difundir la cultura y la lengua española. Prueba de ello fue la masiva participación de empresas editoriales, el *Ministerio de Cultura de España*, representantes del *Instituto Español de Comercio Exterior*, de la *Federación de Gremios Editores de España*, entre otros, en la feria del libro *BookExpoAmerica*, celebrada en Nueva York en el 2007. Además, el nacimiento de proyectos como *América lee español*³¹ o de manuales como la *Guía esencial de la lectura en español*, demuestran que existe un claro interés por mejorar la presencia de la lengua española en Norteamérica.

En cuanto a las editoriales que producen y publican material didáctico para la enseñanza del español como lengua extranjera, a continuación se proporciona una muestra de las principales editoriales españolas y del material editorial que producen: *Aquari*³², editorial que publica materiales de español para extranjeros; *Arco Libros*³³, cuyo catálogo de productos cubre todos los aspectos de la enseñanza del español y estudios sobre la lengua española; *Delearte Emcampos*³⁴, editorial independiente destinada tanto a profesores como a alumnos de español como lengua extranjera; *Difusión, Centro de Investigación y Publicaciones de Idiomas*³⁵, editorial especializada en la elaboración de materiales didácticos para el aprendizaje de lenguas extranjeras. Esta editorial se creó con el objetivo de ser un centro de investigación metodológica, especialmente en el campo del español como lengua extranjera; *EdiEle*³⁶, primera editorial digital dedicada a la enseñanza del español como lengua extranjera. Su objetivo es proporcionar materiales actualizados, personalizables y ajustados a cada situación; *Edinumen*³⁷, editorial especializada en materiales para la enseñanza de español como lengua extranjera y como segunda lengua; *Editorial Verbum*³⁸, cuyo catálogo incluye varias colecciones con materiales para la enseñanza y el aprendizaje de la lengua española; *enClave-ELE*³⁹, editorial independiente especializada en la elaboración y publicación de materiales didácticos para la enseñanza de ELE; *Es Espasa*⁴⁰, el sello bajo el que la editorial *Espasa Calpe* publica materiales destinados a

³¹ www.americareadsspanish.org

³² www.aquari-soft.com

³³ www.arcomuralla.com

³⁴ www.delearte.com

³⁵ www.difusion.com

³⁶ www.ediele.com

³⁷ www.edinumen.es

³⁸ www.verbumeditorial.com

³⁹ www.enclave-ele.com

⁴⁰ www.esespasa.com

la enseñanza del español; *Anaya ELE*⁴¹ (Grupo Anaya), su catálogo incluye manuales, gramáticas, audios...; *Habla con eñe*⁴², editorial provista de libros, textos, audiolibros y material digital; *Santillana ELE*⁴³, cuyos materiales para la enseñanza de español como lengua extranjera nacen de la amplia experiencia docente de la Universidad de Salamanca y la calidad editorial de *Santillana*; *SGEL*⁴⁴, contiene uno de los catálogos de materiales para la enseñanza de ELE más amplios del mercado; *SM ELE*⁴⁵, editorial que ofrece un amplio catálogo con enlaces a otras páginas, diccionarios, recursos para las clases, etc.; *Vis-a-Vía*⁴⁶, editorial que además de ofrecer manuales para la enseñanza del español cuenta con un amplio catálogo de lecturas graduadas para diferentes niveles.

De las editoriales extranjeras, cabe destacar a algunas de las hispanohablantes, como las argentinas: *Bue Ediciones*⁴⁷, que se encarga de producir material didáctico para el aprendizaje del español rioplatense o *Voces del Sur*⁴⁸, editorial dedicada tanto a la producción como a la publicación de material didáctico. Así mismo, existen multitud de editoriales extranjeras no hispanohablantes que se encargan de elaborar y publicar material para la enseñanza del español. Entre dicha editoriales se encuentran: las francesas *Edelsa*⁴⁹ (grupo *Discalia*) y *Maison des Langues*⁵⁰, la británica *Heinemann Secondary*⁵¹, la brasileña *Hispania*⁵² y las americanas *Thomson – Heinle*⁵³ y *Vista Higher Learning*⁵⁴.

3.7. Enseñanza del español como lengua extranjera

A día de hoy, más de catorce millones de estudiantes de español como lengua extranjera convierten a la lengua de Cervantes en la segunda lengua más estudiada del mundo, tan solo por detrás de la todopoderosa lengua inglesa. La mayor demanda de estudio de la lengua española se concentra en América, que cuenta con más de siete millones de estudiantes distribuidos, principalmente, entre Brasil (un millón) y

⁴¹ www.anayaele.com

⁴² www.hablaconene.com

⁴³ www.santillanaele.com

⁴⁴ www.sgel.es/ele

⁴⁵ www.sm-ele.com

⁴⁶ www.vis-a-via.com

⁴⁷ www.bueediciones.com.ar

⁴⁸ www.vocesdelsur.com

⁴⁹ www.edelsa.es

⁵⁰ www.emdl.fr

⁵¹ www.heinemann.co.uk

⁵² www.hispanialinguas.com.br

⁵³ www.heinle.com

⁵⁴ www.vistahigherlearning.com

Estados Unidos (seis millones). En segunda posición se encuentra Europa, donde más de tres millones y medio de alumnos estudian español. La principal demanda de enseñanza de español como lengua extranjera se concentra en Francia, con dos millones de estudiantes, Alemania, con casi medio millón e Italia, que cuenta con más de trescientos mil alumnos. La tercera plaza la ocupa África, continente en el que más de medio millón de personas aprenden español en una quincena de países, de entre los que destacan: Costa de Marfil, con 235.000 estudiantes, Senegal, que cuenta con más de 100.000, Camerún, con más de 63.000 y Marruecos, con unos 60.000 alumnos. En último lugar se concentran Asia y Oceanía, donde estudian español alrededor de ciento sesenta mil personas. En particular, Japón cuenta con más de 60.000 estudiantes universitarios, China no llega a cubrir la demanda ofertada en una veintena de universidades y en países tan remotos como Australia y Nueva Zelanda ya estudian español como lengua extranjera más de 60.000 alumnos. Además, todos los países en los que la enseñanza de español como lengua extranjera es una realidad, comparten un rasgo común: la importante demanda de personal cualificado para la enseñanza del español.

Ante esta realidad, presente a lo largo de todo el proyecto, se considera relevante un estudio y análisis descriptivo de la enseñanza de español como lengua extranjera (de ahora en adelante, ELE) en España, desde donde se puede, además de formar al personal necesario para la impartición de la correspondiente enseñanza, fomentar y promocionar el aprendizaje de la lengua española, tanto a nivel nacional como internacional. Si bien es cierto que el resto de países hispanoamericanos podrían llevar a cabo las mismas funciones de fomento y promoción de lo español y la lengua española, el presente trabajo va a centrarse en la situación de la enseñanza de ELE en España, ya que la búsqueda y obtención de datos relacionados con la situación del español en Hispanoamérica, desbordaría por completo los límites del estudio y complicaría en exceso la labor propuesta.

En primer lugar, conseguir información exacta acerca del número total de empresas o instituciones que ofertan ELE se trata de una tarea muy complicada. Las estimaciones más importantes que pueden ayudar a la hora de establecer cifras aproximadas son las de Berdugo (2005), la *Secretaría General de Turismo, EduEspaña* o el *Instituto Cervantes*, a través de su base de datos *El español en España*. Siguiendo la clasificación proporcionada por Berdugo (2005), que divide la estructura empresarial del sector ELE en España en cinco categorías distintas: escuelas privadas de ELE, escuelas privadas generalistas que ofrecen cursos de ELE, universidades, escuelas oficiales de idiomas y otros agentes (categoría que incluye ayuntamientos,

comunidades autónomas y organizaciones sin ánimo de lucro), y empleando los datos proporcionados por la *Secretaría General de Turismo* para el año 2007, se concluye que para finales de la pasada década España contaba con unos 627 centros de enseñanza que ofertaban cursos de ELE.

Gráfico 6. Estimaciones de la estructura empresarial del sector ELE en España

	Centros de enseñanza
Escuelas de enseñanza privadas	263
Academias generalistas	250
Universidades	53
Escuelas oficiales de idiomas	56
Otros agentes	
TOTAL	627

Fuente: Carrera Troyano y Gómez Asencio (2009)

El sector privado está copado mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas que se dedican en exclusiva a la enseñanza de ELE (263 centros) y academias de idiomas que ofrecen, entre otros, cursos de ELE (250 centros). Dentro del sector público se encuentran: un importante número de universidades (53) que disponen de un servicio de idiomas y ofrecen cursos de ELE, un buen número de las escuelas oficiales de idiomas subvencionadas por entidades públicas y otros agentes como ayuntamientos, comunidades autónomas, entidades sin ánimo de lucro como *Cruz Roja* o *Cáritas*, sindicatos y fundaciones como las de *Caja Madrid* o *La Caixa*.

En cuanto al número y variedad de cursos de ELE ofertados en los mencionados centros, la base de datos del *Instituto Cervantes*⁵⁵ contabiliza hasta 20 tipos diferentes de cursos con distintas duraciones, intensidades y precios: intensivo 20 horas, intensivo 30 horas, extensivo de español, español y conversación 15 horas, lengua y cultura española, español y literatura, preparación al DELE, preparación otros certificados, formación de profesores de ELE, español de negocios, español y prácticas en empresa, español del turismo, español por Internet, específico de cultura hispánica, específico de español, español y folklore, español y gastronomía, español y deportes, español a medida y español para inmigrantes. Toda esta variedad de cursos de ELE atrae a miles de estudiantes y turistas idiomáticos que desean aprender

⁵⁵ <http://eee.cervantes.es/es/index.asp>

español en la cuna de la lengua española. De hecho, según el informe *Turismo idiomático* de la *Secretaría General de Turismo* (2008), en el 2007 más de 250.000 turistas idiomáticos visitaron España, llevando a cabo un gasto medio de unos 1.950 euros y un gasto total de cuatrocientos sesenta y tres millones (Carrera Troyano y Gómez Asencio, 2009). Sin embargo, aunque las cifras mencionadas pueden resultar alentadoras para el sector, se encuentran lejos de suponer un volumen de negocio lo suficientemente elevado como para poder transformar el estado actual de nuestra economía o servir de motor económico a un país o a una región determinada.

En segundo lugar, la capacidad de adaptación de las empresas e instituciones a las razones o motivos por los que los alumnos deciden estudiar español, podría ser vital para aumentar y mejorar la demanda de ELE a corto o medio plazo. Como señala Otero (2005), los motivos para estudiar español varían según los países y las personas, pero autores como Lamo de Espinosa y Noya (2002) destacan la importancia de las motivaciones *expresivas*, aquellas ligadas a motivos culturales o afectivos, frente a las *instrumentales*, relacionadas principalmente con necesidades profesionales. Luján de Castro (2002) por su parte también llevó a cabo un estudio que mostraba el liderazgo de las razones afectivas frente a las laborales a la hora de estudiar ELE. Aunque a primera vista no lo pudiera parecer, dichas motivaciones están intrínsecamente relacionadas con el valor económico de la enseñanza del español. Como señala el *Plan de Castilla y León* (2005: 29), «resulta beneficioso para el idioma español el hecho de que se utilice principalmente en viajes, y no tanto en el ámbito laboral.» Sin embargo, Lamo de Espinosa y Noya (2002) destacan que aquellos estudiantes de ELE como recurso turístico no necesitan profundizar en su conocimiento de la lengua española ni recibir una instrucción de carácter continuado.

Otro aspecto a tener en cuenta en el sector de la enseñanza de español como lengua extranjera es el tipo de puestos de trabajo y las condiciones de los mismos que se ofrecen en dicho sector. Si bien es cierto que existen numerosas ocupaciones vinculadas de alguna manera con la enseñanza de ELE, por norma general, los estudios suelen centrarse fundamentalmente en la situación del profesorado. Dentro de los puestos de trabajo relacionados con la enseñanza del español, cabría destacar el papel de: los *agentes lingüísticos*, profesionales del marketing educativo que se encargan de conseguir a estudiantes; el personal administrativo que se encarga del correcto funcionamiento de los temas burocráticos o de la actividad de la empresa; los profesionales dedicados a las actividades culturales tales como visitas guiadas, excursiones, talleres, etc.; los cada vez más solicitados y cotizados tutores *online*,

responsables de atender las necesidades pedagógicas de los alumnos que deciden cursar estudios de ELE a distancia a través del uso de plataformas virtuales.

Por su parte, la situación profesional del profesorado de ELE que imparte clases presenciales ha cambiado mucho a lo largo de las últimas décadas, ya que se ha pasado de la figura del profesor de lengua española a la del profesor de ELE. Si en el pasado quedaba claro que el profesor de lengua española debía contar con una formación universitaria preferentemente en filología hispánica, en la actualidad no existe consenso en cuanto al tipo de formación que el profesor de ELE ha de acreditar a la hora de buscar un empleo. Por lo tanto, la formación o cualificación necesaria para trabajar como profesor de ELE resulta uno de los principales escollos a salvar. Hoy por hoy no existen estudios oficiales de ELE, aunque algunas universidades ya están trabajando en sus planes de estudios para poder integrar la enseñanza del español para extranjeros entre sus titulaciones. Por norma general, los profesores de ELE adquieren sus titulaciones de especialización (titulación propia o titulación oficial de máster o especialista) tras haber cursado, mayoritariamente, alguna filología o estudios de traducción. Otro itinerario para poder formarse como profesor de ELE se encontraría dentro de los numerosos cursos de formación de profesorado por parte de entidades tanto públicas como privadas. Se puede concluir entonces que la enseñanza del español en España carece de: una titulación universitaria específica; una certificación profesional homologada u oficial por parte del Estado; una formación profesional reglada; una formación ocupacional específica y un colegio profesional (Carrera Troyano y Gómez Asencio, 2009). Por lo cual, es necesario que el Estado español disponga de alguna fórmula de capacitación profesional oficial para la enseñanza de español como lengua extranjera, ya que en el presente no existen requisitos específicos para el desempeño de la profesión, de tal manera que las exigencias concretas quedan de la mano del propio mercado. Pese a todo, el *Instituto Cervantes* exige a los miembros de su red de centros asociados, que su profesorado cumpla al menos con dos de los siguientes requisitos: poseer titulación universitaria, acreditar formación especializada en la enseñanza de español como lengua extranjera y/o poseer una experiencia docente de al menos dos años.

En cuanto a la situación profesional de los profesores de ELE, cabe destacar que el sector carece de un convenio colectivo. Habitualmente, el convenio de ámbito nacional por el que se regulan las relaciones laborales de dicho profesorado es el *VI Convenio Colectivo de Enseñanza y Formación no regladas*⁵⁶. Carrera Troyano y Gómez

⁵⁶ <http://www.feteugt.es/data/images/2007/Privada/PRIVIconvenioNoReglada.pdf>

Asencio (2009) certifican la existencia de algunas instituciones de prestigio internacional, entre ellas la Universidad de Salamanca, que disponen de una plantilla estable de profesores especializados en ELE, con contratos indefinidos y salarios mucho más altos que los que figuran en el convenio anteriormente mencionado. Sin embargo, la mayoría de los contratos del profesorado de ELE en una buena parte del sector ELE en España son: temporales para la realización de una obra o servicio determinados, a tiempo parcial y redactados de tal modo que las horas empleadas por parte del profesor para preparar las clases, corregir ejercicios o exámenes, y atender a los alumnos a través de tutorías no se computan como horas trabajadas. Además, otra práctica mucho más corriente que excepcional, por parte de algunas empresas, es la de exigir a sus trabajadores darse de alta como trabajadores autónomos o *freelance* para poder formar parte de la plantilla o no establecer ningún tipo de relación contractual, situación fuera de toda legalidad.

De igual manera, Carrera Troyano y Gómez Asencio (2009) afirman que una parte importante del empleo en el sector de la enseñanza de español como lengua extranjera en España cumple las siguientes características: temporalidad, estacionalidad, parcialidad, precariedad, feminización, desprofesionalización, subempleo, carencia de una carrera profesional y proliferación de la economía sumergida. Características todas que pueden llegar a desligarse completamente del sector si se ponen en marcha una serie de políticas públicas y estatales que permitan que el sector contribuya a la creación de un empleo de calidad, no solo en España sino también en otros países hispanohablantes. Por ello, queda patente que a pesar de su liderazgo en la enseñanza de ELE entre los países hispanohablantes y de las diversas acciones tomadas por parte de las distintas instituciones públicas españolas para la promoción de la enseñanza de español, la política española de regulación y promoción del sector resulta insuficiente y presenta muchos vacíos.

No cabe duda de que uno de los principales papeles para el desarrollo y la promoción de la enseñanza de ELE está representado, o debería estarlo, por el sector público, ya sea el gobierno central del Estado español, el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*, el *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo* o cada uno de los gobiernos autonómicos. La creación de proyectos como el *Plan del Español* (Junta de Castilla y León, 2005), primer y único plan integral diseñado para promover el sector ELE en el ámbito de las comunidades autónomas, desarrollado por la *Junta de Castilla y León* y cuyo nuevo reto es crear una *Red Mundial de Hispanistas*, han de tomarse como ejemplo para destacar y mejorar el valor del español como recurso económico y atraer nuevos inversores en el sector.

Uno de los primeros retos que las políticas públicas deberían afrontar es el de proporcionar y facilitar toda la información existente sobre el sector ELE, ya que sin la existencia de unos datos verídicos y fiables resulta muy complicado emitir valoraciones acerca del tamaño del sector o cuantificar los esfuerzos necesarios para poder mejorar la imagen del español y de la enseñanza de ELE en el exterior.

Otra línea de trabajo fundamental para el sector sería mejorar la promoción internacional para reforzar así, tanto el atractivo del aprendizaje de la lengua española y la *marca España*, como la imagen del resto de los países hispanohablantes, de forma que resulten destinos lo suficientemente atractivos y seguros para los estudiantes extranjeros interesados en el estudio del español a través de programas de inmersión en un país hispanoparlante. En cuanto a este punto, la labor de organismos públicos españoles como el *Instituto Español de Comercio Exterior* o el *Instituto Cervantes* es imprescindible para la promoción internacional de la enseñanza de ELE. Sin embargo, es necesario llevar a cabo una promoción más global y conjunta del español por parte de España y de la comunidad Hispanoamericana en una misma dirección.

La creación del *Sistema Internacional de Certificación del Español como Lengua Extranjera (SICELE)*⁵⁷, cuyos principales propósitos son elaborar los exámenes, editar y verificar los materiales, formar a los examinadores o analizar los resultados de las distintas certificaciones del español como lengua extranjera para que tengan validez internacional, supuso un determinante paso adelante para el reconocimiento universal de las certificaciones del dominio del español a hablantes de otras lenguas. Sin embargo, tal vez sería necesario seguir trabajando en dicha línea para conseguir una única acreditación oficial válida para toda la comunidad hispanohablante que establezca un nivel estándar de los conocimientos de la lengua española de un hablante no nativo. Además, también podría resultar beneficiosa la creación de diplomas específicos para distintos sectores profesionales como el sector sanitario, el turístico o el de los negocios, de igual manera que existen este tipo de certificaciones en otras lenguas. Asimismo, la creación de una acreditación oficial válida internacionalmente para la formación de profesionales de la enseñanza de ELE, podría ser otra actuación conjunta muy provechosa para toda la comunidad hispanohablante.

Otro desafío primordial estaría relacionado con las condiciones profesionales de los profesionales del sector ELE y la capacidad del mismo para generar empleo. Como se ha descrito anteriormente, la situación laboral de gran parte del profesorado de ELE es

⁵⁷ www.sicele.org

cuanto menos inestable, por lo tanto, resulta imprescindible que las políticas públicas trabajen no solo para crear puestos de trabajos bien remunerados y con unas condiciones mucho más estables, sino que también han de regular los estudios necesarios para formar a profesionales del campo de la enseñanza de ELE. Sin una titulación oficial, regulada y específica, el intrusismo tiene las puertas abiertas a un sector que debería estar monopolizado por profesionales de calidad.

En cuanto al sector privado, algunos de los principales retos que las empresas españolas deberían tratar de llevar a cabo podrían ser: estrechar la relación entre el sector de productos editoriales para la enseñanza de ELE y el sector ELE, así como aumentar y fortalecer la presencia de las editoriales españolas en mercados tan importantes en la actualidad como Brasil o Estados Unidos; mejorar el servicio educativo en español y la calidad del mismo, apostando por la internacionalización de la enseñanza de ELE, proporcionando certificaciones oficiales de calidad y reconocimiento internacional y promoviendo la educación española en general como una enseñanza de calidad y proyección futura; implantar sedes o filiales en países de la comunidad Hispanoamericana para tener un mayor acceso a la demanda de ELE en Norteamérica y para poder trabajar por la mejora de la proyección internacional de la lengua española junto a otros países hispanohablantes. Además, la creación de dichas oficinas facilitará también la comercialización de la enseñanza de ELE en el exterior y permitirá reducir muchos costes innecesarios evitando posibles intermediarios y facilitando la creación consorcios de exportación mucho más rentables.

CONCLUSIONES

La presente investigación tenía por objetivo mostrar la importancia que la lengua española ha adquirido a nivel mundial durante las últimas décadas. Se ha constatado que en la actualidad el español es la segunda lengua más hablada del planeta y que más de catorce millones de alumnos estudian la lengua de Cervantes en todo el mundo. Además, existe un importante número de estudios y estimaciones que calculan un crecimiento exponencial de hispanohablantes para las próximas cuatro décadas.

No obstante, la insuficiente presencia del español en la comunidad científica y tecnológica internacional, limita por completo las posibilidades más utópicas de que la lengua española llegara en el futuro a desbancar al inglés, lengua universal de los negocios. De igual manera, el notable avance tecnológico y empresarial de China, así como la expansión de sus empresas por todo el mundo, hacen del chino una fuerte competencia para el español de cara al futuro. Por lo tanto, hay que seguir trabajando para fomentar el conocimiento de la lengua española y de su cultura también, de forma que el español logre convertirse en una lengua de comunicación internacional en cualquiera que sea el ámbito.

Asimismo, es una obligación inexcusable mejorar la calidad de la enseñanza de ELE a través de una formación de profesionales del sector basada, primordialmente, en la excelencia y el progreso de los centros de enseñanza que imparten cursos de ELE a través de certificaciones como el *Certificado de Calidad de la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (CEELE)*. De igual manera, las políticas públicas deberán tratar de fomentar la creación de empleo de calidad en el sector y mejorar las condiciones laborales de los profesionales pertenecientes al campo de la enseñanza del español.

Finalmente, como se ha ido demostrando a lo largo del presente trabajo, es imprescindible la colaboración entre España y los países de la comunidad Iberoamericana para poder expandir el español y la enseñanza del mismo de forma uniforme y generalizada. Y para ello, las políticas de sus gobiernos han de trabajar de forma conjunta y en una sola dirección. Además, es necesario trabajar para mejorar la imagen exterior y la credibilidad de los gobiernos de los países hispanohablantes, especialmente en estos duros momentos de acentuada crisis económica.

BIBLIOGRAFÍA

I Informe Berlitz sobre la demanda de enseñanza de español en el mundo (2005) [citado por: Instituto Cervantes en *Informe El español, una lengua viva*.]

ABAITUA, J. (1999): “Quince años de traducción automática en España” en *Perspectives: Studies in Translatology*, volume 7 (2). pp. 221-230

BARALO, M. (2002): “Mestizaje e interculturalidad en la variación diatópica y su incidencia en español/LE” en *El español, lengua del mestizaje y la interculturalidad*: actas del XIII Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera. ASELE, Madrid, 2003.

BAUTISTA, E. (2001): *La difusión de la música en español*. Ponencia expuesta durante el II Congreso Internacional de la Lengua Española, Valladolid. Accesible en: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/3_la_difusion_de_la_musica/bautista_e.htm [Consultado: 21/11/2012]

BERDUGO, O. (2000): *Español Recurso Económico: Anatomía de un nuevo sector. Cuadernos Cervantes de la lengua española*. Accesible en: <http://www.cuadernoscervantes.com/ele.html> [Consultado: 06/11/2012]

BERDUGO, O. (2005): “Reflexiones sobre el español como recurso económico” en *Contrastes*, núm. 39, pp. 53-58

BLAS ARROYO, J.L. (1998 – 1999): “Desarrollos de la planificación lingüística en el mundo hispánico con especial atención a los contextos español y latinoamericano”, *Revista Española de la Lingüística Aplicada*, Vol. 13, pp. 315-344

BOMBARELLI, M.E., CARRERA, M., GÓMEZ ASECIO, J.J. (2006): “La industria del español como lengua extranjera en España”. Seminario internacional: *El valor económico del Español: una empresa multinacional*, Uruguay.

BONET, L. y GONZÁLEZ, C. (2002): *El cine mexicano y latinoamericano en España*. México, IMCINE.

CABALLERO, R. (coord.) (2006): *Producción, coproducción e intercambio de cine entre España, América Latina y el Caribe*. Madrid. Accesible en: <http://www.fundacioncarolina.es/esES/publicaciones/avancesinvestigacion/Paginas/AvancesdeInvestigacion.aspx#> [Consultado: 20/11/2012]

CABRÉ, M.T. (2000): “El papel de RITerm en la terminología iberoamericana”. VII Simposio Iberoamericano de Terminología. Lisboa. Accesible en: <http://www.upf.edu/pdi/df/teresa.cabre/docums/ca03ri.pdf> [Consultado: 20/11/2012]

CABRÉ, M.T. (2006): “La terminología del español: organización, normalización y perspectiva” en *Corcillum. Estudios de traducción, lingüística y filología dedicados a Valentín García Yebra*. Madrid, Arcos. pp. 721-733

CANCINO, R. (2006): “El español – la empresa multinacional: El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual”. Accesible en: http://vbn.aau.dk/files/62983782/SyD10_rita_cancino.pdf [Consultado: 08/11/2012]

CARRERA TROYANO, M. y GÓMEZ ASECIO, J.J. (2009): *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera. Oportunidades y retos*. España, Ariel y Fundación Telefónica.

CRIADO, M.J. (2005): *La orografía de la lengua española en los EEUU. Primera parte: la variable demográfica*. Fundación Real Instituto Elcano, nº 45. Accesible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/78c180004f0185c9b9a1fd3170baead1/PDF-046-2005->

[E.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=78c180004f0185c9b9a1fd3170baead1](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/78c180004f0185c9b9a1fd3170baead1/PDF-046-2005-)

[Consultado: 12/11/2012]

COBO, L. (2001): “La música en español en Estados Unidos”. Ponencia expuesta durante el II Congreso Internacional de la Lengua Española, Valladolid. Accesible en: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/3_la_difusion_de_la_musica/cobo_l.htm [Consultado: 18/11/2012]

Crónica del Quindío: “Español, imprescindible en los negocios del mundo”. [en línea] Accesible en: http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-espanol__imprescindible__en_los_negocios_del_mundo-seccion-general-nota-25434.htm [Consultado: 06/11/2012]

DELGADO, J.L., ALONSO, J.A., JIMÉNEZ, J.C. (2008): *Economía del español. Una introducción*. España, Ariel y Fundación Telefónica.

El Universal.com: “Saltar la barrera idiomática”. Accesible en: <http://anunciantes.eluniversal.com/profiles/blogs/saltar-la-barrera-idiomatica>

[Consultado: 06/11/2012]

Federación Española de Cámaras del Libro (2010): *Comercio Exterior del Libro 2010*. Nueva Imprenta.

FLEISCHMANN, U. (1992): *Englisch versus Spanisch: Sprachgrenzen in Mittelamerika* en *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, Universität Siegen.

FUNDESCO (1996): *La lengua española en las autopistas de la información. Informe sobre el español en el entorno multimedia*. Patrocinado por Telefónica, coordinado y realizado por Fundesco. Madrid, Fundesco.

HALL, R. (1950): *Leave Your Language Alone*. Nueva York, Ithaca.

ICEX (2003): "El español como recurso económico" [en línea] *El Exportador digital*, 61. Accesible en: http://www.elexportador.com/022003/digital/mercados_estrategias_b.asp [Consultado: 06/11/2012]

Instituto Cervantes (2002): *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2002*. Madrid, Círculo de Lectores y Plaza & Janés.

Instituto Cervantes (2006): *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006 – 2007*. Madrid, Círculo de Lectores y Plaza & Janés.

Instituto Cervantes (2010): *Informe El español, una lengua viva*. Madrid, Mamur 50 S.L.

Instituto Cervantes (2012): *El español, una lengua viva. Informe 2012*. Accesible en: http://eldiae.es/wp-content/uploads/2012/07/2012_el_espanol_en_el_mundo.pdf [Consultado: 06/11/2012]

JOSCELYNE, A. y LOCKWOOD, R. (2003): *Benchmarking HLT progress in Europe. The EUROMAP Study*. Copenhagen, EUROMAP Language Technologies, Center for Sprogteknologi.

Junta de Castilla y León (2005): *Plan del español para extranjeros 2005-2009*. Valladolid, Junta de Castilla y León. Accesible en: www.educa.jcyl.es/pt/temas/idiomas-bilinguismo/espanol-extranjeros/plan-espanol-extranjeros.ficheros/142575-PLAN.pdf [Consultado: 18/11/2012]

LAMO DE ESPINOSA, E. y NOYA, J. (2002): "El mercado de las lenguas: la demanda del español como lengua extranjera en Francia y Alemania", en *El español en el*

mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2002. Madrid, Círculo de Lectores y Plaza & Janés. pp. 127-166

LEWIS, M. Paul (ed.) (2009): *Ethnologue: Languages of the world*, Dallas (Texas), 16ª edición.

LUCAS, A. (2010): *El español, en términos económicos*. BBC Mundo [en línea] Accesible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/cultura_sociedad/2010/09/100827_espanol_mundo_al.shtml [Consultado: 06/11/2012]

LLISTERRI, J. (2003): *Lingüística y tecnologías del lenguaje*, Lynx. Panorámica de Estudios Lingüísticos (Universitat de València). Accesible en: http://liceu.uab.es/~joaquim/publicacions/TecnoLing_Lynx02.pdf [Consultado: 24/11/12]

LLISTERRI, J. (2004): “Las tecnologías lingüísticas en España”, en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2004*. Madrid, Instituto Cervantes, Círculo de Lectores, Plaza & Janés. pp. 229-251

LLISTERRI, J. y GARRIDO, J.M. (1998): “La ingeniería lingüística en España”, en *El español en el mundo: anuario del Instituto Cervantes*. Madrid, Arco/Libros. pp. 299-391

LLISTERRI, J. y MARTÍ, M.A. (2002): “Las tecnologías lingüísticas en la Sociedad de la Información” en MARTÍ, M.A. y LLISTERRI, J. (Eds.): *Tratamiento del lenguaje natural. Tecnología de la lengua oral y escrita*. Barcelona, Fundación Duques de Soria – Edicions Universitat de Barcelona. pp. 13-28

LUJÁN DE CASTRO, J. (2002): “La enseñanza del español como lengua extranjera en Europa: Datos generales y propuestas para su mejora”, en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2002*. Madrid, Círculo de Lectores y Plaza & Janés. pp. 89-126.

MAYOR, M. (2008): “Editoriales que se dedican a la publicación de libros en español en los Estados Unidos”, en *Enciclopedia del español en los Estados Unidos. Anuario del Instituto Cervantes 2008*. Madrid, Instituto Cervantes y Santillana. pp. 915-936

MILLÁN, J.A. (2004): "El español, recurso en la Red". Accesible en: <http://jamillan.com/espanol.htm> [Consultado: 06/11/2012]

MOLINA, C.A. (2007): "El español entre 6.900 lenguas vivas". *Revista de Occidente* nº 311, Abril 2007. Accesible en: <http://www.revistasculturales.com/articulos/97/revista-de-occidente/718/1/el-espanol-entre-6-900-lenguas-vivas.html> [Consultado: 06/11/2012]

OTERO, J. (2005): "Los argumentos económicos de la lengua española" en *ARI del Real Instituto Elcano*, núm. 42. Accesible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari+42-2005 [Consultado: 26/11/2012]

Real Academia Española (2001): *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Espasa Libros, 22ª edición.

RÍOS, E. (2003): *El español en los sistemas de información: perspectivas de futuro*. Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación. FAO: *Trabajando en cooperación*. Madrid.

ROJO, G., SÁNCHEZ, M. (2010): *El español en la red*. España, Ariel y Fundación Telefónica.

RUIZ ZAMBRANA, J. (2009): "La situación actual de la lengua española en el mundo" [en línea] Accesible en: <http://www.eumed.net/rev/cccss/05/jrz.htm> [Consultado: 07/11/2012]

SANTOS REDONDO, M. (2011): *Economía de las industrias culturales en español*. España, Ariel y Fundación Telefónica.