



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„La explícita e implícita política lingüística y cultural del
español – El Instituto Cervantes y otros actores“

Verfasserin

Patricia Rois

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 236 352

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Romanistik Spanisch

Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Peter Cichon

Agradecimientos

En esta página inicial quiero agradecer a todas las personas que me apoyaron durante mis estudios y por fin también durante el proceso de la redacción de este trabajo escrito, que constituye la primera de mis dos tesinas afrontadas.

Prioritariamente agradezco a mi profesor de tesina, Univ.-Prof. Dr. Peter Cichon, por su apoyo, sus ideas en relación con mi tema, por sus indicaciones útiles y por “la libertad científica”, la cual me concedió, respecto a la ampliación de mi tema.

Además, quiero mencionar al bibliotecario del Instituto Cervantes de Viena, Rafael de la Dueña Ruiz, el cual me colaboró durante todo el proceso de redacción de mi tesina y me ayudó muchísimo con sus conocimientos, sus consejos y su interés por mi trabajo. Además cabe mencionar a Norbert, el jefe de la oficina donde he trabajado durante todo el estudio, quien siempre ha tenido mucha comprensión con el diferente horario de mis cursos universitarios y durante los períodos de mis exámenes.

Del mismo modo quiero agradecer a mis padres, que me apoyaron durante todo mi estudio y, que me ayudaron financieramente y también mentalmente en los difíciles años finales de mis estudios sin perder jamás la paciencia o la confianza en mis facultades.

Pero particularmente agradezco al gran amor de mi vida, Patrick, dado que sin él no sería la persona que soy, y sin él no estaría tan lejos como estoy ahora. Con sensibilidad, interminable comprensión, grandísima paciencia, amor profundo e incontables consejos me acompañó en los años pasados y era mi calmo equivalente y mi valioso e incondicional sostén en todas las situaciones difíciles.

Quiero decir gracias también a mis compañeros de estudio, especialmente a Julia, a Raimund, a Dagmar, a Harald y a Victoria, que me hicieron la valona en todos los años universitarios y siempre han sido un gran apoyo para mí. Julia y Raimund son las personas que me apoyaron y animaron muchísimo durante la redacción de mi tesina, tanto con sus conocimientos e ideas como mentalmente. Esto quiere decir que he encontrado verdaderos amigos en la universidad, que enriquecieron y enriquecen aún ahora mi vida.

Al final, pero no con menor importancia, quiero agradecer a mis amigos íntimos, que siempre estuvieron conmigo en todas las etapas de mi estudio y que me escucharon a cualquier hora. En este contexto no debo olvidar mencionar a mi amiga Julia de Alta Austria, que era mi fiel acompañante en todas las estancias en el extranjero, en las cuales hice diferentes cursos de lengua española e italiana.

“El español corre por las venas de 21 países que lo necesitan para vivir sin contaminaciones ni células enfermas, no como la lengua franca en que otras naciones han convertido al inglés, sino como lengua materna, no una lengua aceptada para los negocios sino asumida con los sentimientos. Y así llegan las palabras hasta el corazón de cada uno de nosotros cuando alguien las usa con su más hondo espíritu. Neruda es de Chile, y García Márquez o Álvaro Mutis de Colombia, y Carlos Fuentes y Octavio Paz mexicanos, Nicolás Guillén de Cuba, Uslar Pietri venezolano, y García Lorca de España, y Mario Benedetti de Uruguay, y Henríquez Ureña dominicano, y Borges argentino, y Vargas Llosa peruano, y Roa Bastos paraguayo, y Miguel Ángel Asturias guatemalteco, Rubén Darío de Nicaragua, y todos ellos son del idioma español, y nuestros, por tanto; y cada vez que un escritor heredero de la vieja lengua castellana obtiene el Premio Nobel, todos sus lectores lo obtenemos con él, porque nos habremos impregnado sin intermediario alguno de cuanto anida en su capilla personal; lo más íntimo de Gabriela Mistral o de Vicente Aleixandre ha podido llegar a nosotros en nuestra lengua materna, con las palabras calientes que se han ido depositando en nuestras lecturas, y nuestros juegos, fruto de las admiraciones y las causas de cuantos fueron como nosotros y pensaron las mismas expresiones... Por eso podemos proclamar con el mexicano Antonio Alatorre que “nuestra lengua es la suma de nuestras maneras de hablarla”, antes y después, tan lejos y tan cerca; tan rica que se abre a la innovación y se cierra al empobrecimiento, tan dura y dúctil como el agua, que se adapta al curso de la vida, sorteando los obstáculos, admite las corrientes y golpea con fuerza sobre la roca que pretende impedir su paso, hasta erosionarla, superarla o vencerla. Porque nunca tuvo prisa. Dispone para engrandecerse de todos los siglos venideros.” (Grijelmo 1998: 116/117)

“El idioma constituye la expresión más fiel de cada pueblo, y por eso ningún otro idioma podrá definirnos. Nunca ya otra lengua ocupará ese lugar para explicarnos, porque entonces no seremos explicados, sólo suplantados. Qué tremenda sensación de muerte habrán sentido los indígenas obligados a pensar con palabras extrañas. Qué desarraigo el de las gentes de Hispania invadidas por romanos, godos, suevos, alanos, vándalos y árabes. Y qué riqueza la que nosotros hemos heredado de sus renunciaciones.” (Grijelmo 1998: 283)

“Las lenguas que hablamos los seres humanos están hechas para unirnos, para facilitar la comprensión mutua y para fomentar el conocimiento, para ampliar la cultura y, en definitiva, para enriquecer nuestro espíritu.” (Instituto Cervantes 2008: 849)

Índice

1	Introducción	3
2	Metodología	7
3	Parte teórica	9
3.1	La explícita e implícita política lingüística y cultural.....	9
3.1.1	Los aspectos esenciales del proceso de la difusión lingüística y cultural	9
3.1.2	El objetivo prioritario de una política de difusión	11
3.1.3	Los instrumentos principales de la política lingüística y cultural	11
3.2	Las características fundamentales de una lengua internacional.....	12
3.2.1	Los elementos determinantes en la elección de una lengua internacional	12
3.2.2	Los criterios necesarios de una lengua internacionalmente exitosa.....	13
3.2.3	El valor útil y económico de una lengua.....	15
3.3	El status quo de la lengua española en el mundo.....	16
3.4	El español como lengua global en comparación con las otras grandes lenguas.....	17
4	Parte empírica	21
4.1	Estudio empírico I: La explícita política de difusión de la lengua y cultura española..	21
4.1.1	El Instituto Cervantes	21
4.1.2	El Ministerio de Cultura de España	33
4.1.3	El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.....	34
4.1.4	La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).....	35
4.1.5	El Ministerio de Educación y Ciencia	36
4.1.6	El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	37
4.1.7	El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)	38
4.1.8	La Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior (SEACEX)	39
4.1.9	<i>El Plan Nacional de Acción Cultural Exterior</i>	40
4.1.10	La Asociación para la Difusión del Español y la Cultura Hispánica (ADES).....	41
4.1.11	La Asociación Internacional de Hispanistas	41
4.1.12	La Asociación de Academias de la Lengua Española	42
4.1.13	La Asociación para la enseñanza del español como lengua extranjera (ASELE)	43
4.2	Estudio empírico II: Los factores implícitos de la difusión de la lengua y cultura española	44
4.2.1	Las industrias culturales en español.....	46

4.2.1.1	El valor y el aprecio de la literatura en español.....	47
	Pequeña digresión: Las traducciones.....	51
4.2.1.2	El aprecio del cine producido en países hispanohablantes	52
4.2.1.3	La popularidad internacional de la música en lengua española.....	53
4.2.1.4	El aprecio internacional del arte producido en los países hispanohablantes	54
4.2.1.5	La demanda por la enseñanza del español como respuesta a su importancia internacional	55
	Focalización específica I: La enseñanza del español en los países de habla alemana	56
	Digresión: Turismo idiomático	60
4.2.2	La importancia del español en los diferentes sectores de la sociedad.....	63
4.2.2.1	El estatus internacional de la lengua española en la ciencia.....	63
4.2.2.2	La presencia de la lengua española en la sociedad de la información y en la red	67
4.2.2.3	La importancia del español en la economía	69
4.2.2.4	El estatus del español en las instituciones internacionales	71
4.2.3	La imagen del español, o de “lo español” en el extranjero	73
4.2.3.1	La imagen de España y de los países hispanoamericanos	74
4.2.3.2	Las asociaciones con la lengua española.....	77
4.2.3.3	Focalización específica II: Los enlaces del área de habla alemana con los países hispanohablantes y su lengua – contextos y conexiones históricos.....	78
4.3	Pronósticos sobre el futuro del español	82
4.3.1	Las condiciones previas del español como base de las suposiciones futuras.....	82
4.3.2	La importancia de la comunidad hispana en los Estados Unidos para el futuro del español	84
4.3.3	El creciente papel del español en Brasil como factor importante para el futuro.....	86
4.4	Contraposición de las ventajas y de los obstáculos del español para ser lengua internacional	87
5	Conclusión.....	93
6	Zusammenfassung in deutscher Sprache	101
7	Bibliografía.....	105
7.1	Libros.....	105
7.2	Periódico.....	108
7.3	Revistas.....	108
7.4	Información electrónica	108
	Curriculum Vitae	115

1 INTRODUCCIÓN

Esta obra plantea, en primer lugar, un aporte serio y muy bien fundamentado a la comprensión de la situación actual del español en el mundo, respecto a su difusión, su importancia como lengua de comunicación internacional, su relevancia en los diferentes sectores como la economía, la ciencia o la literatura y su reputación e imagen en los países no hispanohablantes. De interés primario en este trabajo es la interacción entre los diferentes componentes que contribuyen al gran éxito de la lengua española en el mundo. En la ciencia lingüística, cuando se habla de la difusión de una lengua, se tiene que distinguir entre la política de difusión lingüística y cultural explícita y aquella implícita, dado que se trata de conceptos y fenómenos muy diversos, que pero, en la mayoría de los casos, se influyen mutuamente. Esto significa que el objetivo específico de mi tesina es el examen de los parámetros que contribuyen a la difusión del español en el mundo, a través de un estudio y análisis empírico, cualitativo y cuantitativo, de las medidas emprendidas por diferentes instituciones (estatales o privadas) y de los aspectos que se tercian casualmente e independientemente de cada dirección política.

Para obtener la mayor cantidad de público interesado en una lengua, se tiene que disponer de una gran variedad de ofertas, que deben llegar a muchos grupos y tipos de personas diferentes. Esto quiere decir que se debe considerar una lengua, en un cierto sentido, como producto que tiene que ser comercializado con éxito, teniendo en cuenta ciertos factores externos. Asimismo es esencial recurrir a una adecuada dimensión de dirección y control políticos para asegurar las determinadas funciones de la lengua, para consolidar su prestigio y competitividad en el mercado mundial de lenguas y, en el mejor de los casos, para ampliar su estatus internacional. A pesar de eso, el prestigio de una lengua es un factor importantísimo para su difusión y éxito en el mundo. A esto contribuyen también la imagen y la reputación de los países en los que se habla dicha lengua, desde el punto de vista de los extranjeros. En este contexto toda la cultura, la mentalidad y el estilo de vida son aspectos esenciales para la imagen de una lengua. También la enseñanza del idioma en las escuelas en el mundo es de gran importancia para su prestigio internacional, dado que si una lengua está muy bien posicionada en el sistema de educación mundial, se transmite una cierta relevancia de este idioma. Ya el conocimiento de que una lengua está ampliamente difundida en el mundo, contribuye a una valoración muy positiva y a una gran motivación para estudiarla. Además, las lenguas difundidas vastamente en el ámbito internacional tienen un amplio potencial comunicativo y, por consiguiente, un gran valor funcional, por lo cual aumenta

automáticamente el atractivo para estudiarla y hablarla, prometiéndose así una constante diseminación del idioma. La posibilidad de que, en consecuencia, la lengua gane importancia en otros sectores, como el económico, crece también. De esto se deduce que el gran criterio para clasificar las lenguas, su posible crecimiento y éxito, es la utilidad que reporte a sus hablantes. Esa es la razón definitiva por la que se expanden ciertas lenguas en el ámbito internacional, ya que la gente las ve como lenguas prácticas que le resultan útiles aprenderlas.

En resumidas cuentas, la originalidad de las páginas de mi tesina se funda en el análisis preciso de la correlación de los factores principales de la difusión lingüística y cultural del español, en la investigación específica del status quo de la lengua española en el mundo en comparación con las otras lenguas globales y se basa también en la gran actualidad de la temática en tiempos de la globalización. En relación con este último punto es importante mencionar que el término “sociedad de la información” se puede entender como sinónimo de globalización, comunicación y tecnología. Significa que todos estos campos están relacionados con las lenguas internacionales.

Entre estas lenguas globales, el español se destaca, en primer lugar, por ser una lengua internacional muy prestigiosa con carácter oficial y vehicular en veintiún países del mundo. Además, es una lengua geográficamente compacta, porque la mayor parte de los países hispanohablantes ocupa territorios contiguos, lo cual convierte este dominio en una de las áreas lingüísticas más extensas del mundo. El español es una lengua con un potencial inmenso debido al peso demográfico de la población hispanohablante, a su valor como lengua de comunicación internacional y a la gran demanda de estudio como lengua extranjera.¹

Partiendo de unas preguntas fundamentales exploratorias, las cuales son: **¿A qué cosa se deduce el grado de popularidad y difusión de la lengua española en el mundo? ¿A las acciones de la política lingüística y cultural o al gran prestigio como lengua de comunicación y de diferentes culturas?**, voy a analizar precisas preguntas claves subordinadas, que atraviesan como hilo todo el trabajo.

¹ cf. Instituto Cervantes 2010: 49

Por consiguiente, en mi tesina me ocupo de las siguientes preguntas de investigación subordinadas:

¿Cómo se presenta la lengua española en el contexto internacional?

¿Qué instituciones estatales (o actores privados) contribuyen esencialmente a la difusión de la lengua y cultura española en el mundo?

¿Qué papel juegan los factores implícitos, como el prestigio internacional del español, en su difusión lingüística y cultural?

¿Qué imagen del español y de los países hispanohablantes tiene la gente en el extranjero?

¿Qué pronóstico se puede hacer para el futuro de la lengua española?

Sobre la base de estas preguntas fundamentales surgió la siguiente división estructural de la tesina: Este trabajo consta de dos partes fundamentales, que engloban en conjunto nueve extensos capítulos con sus correspondientes subcapítulos. El primer componente de la labor es la parte teórica, que se ocupa de las características esenciales y de los instrumentos principales de la política de difusión lingüística y cultural de una lengua en general. Incluye también una teoría sobre las condiciones y los requisitos que debe tener una lengua internacional. Las informaciones sobre estos temas provienen sobre todo de la obra “Sociolinguistics” de Ulrich Ammon, que representa una colección de diferentes artículos de lingüistas, entre los cuales hay también unos especialmente sobre mi temática. El último capítulo de esta parte teórica presenta brevemente el status quo de la lengua española en el mundo para poder ofrecer una vista general sobre el valor actual del español en el mercado internacional de las lenguas.

La segunda gran parte de la tesina se dedica a la exposición y al análisis de los datos investigados propiamente dichos y se divide en dos estudios empíricos. El primer estudio plantea una revisión actual de los actores explícitos de la política lingüística y cultural del español en general, fijando la atención en el protagonista de la difusión por excelencia, el Instituto Cervantes, y otras instituciones como el Ministerio de Cultura, el Instituto Español de Comercio Exterior, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Sociedad Estatal para la Acción Cultural

Exterior. El análisis se ha verificado sobre la base de publicaciones del Instituto Cervantes, a veces en colaboración con otras entidades, de pesquisas en la red debido a la actualidad del tema y con la ayuda de otras obras sobre la política lingüística española relacionada con la difusión de la lengua en el extranjero.

En el segundo estudio empírico se analizan los factores implícitos, es decir los extralingüísticos, que también contribuyen a la difusión de la lengua española en el mundo, como el prestigio del español, el valor y aprecio de su literatura, la gran demanda de su estudio y la motivación y el motivo de esta, la imagen positiva del español y de las naciones hispanohablantes en los países de lengua ajena y su creciente importancia (no sólo demográfica) en el escenario mundial en general. Es decir, se ocupa de la imagen pública de la lengua y de su reputación en los diferentes sectores (ciencia, tecnología, literatura, educación, sociedad de la información, etc.). A raíz de esta parte sigue un breve capítulo extra sobre el prometedor futuro del español, que se basa principalmente en las investigaciones y los pronósticos del Instituto Cervantes. Los resultados de esta segunda parte empírica derivan de las informaciones expuestas en diferentes obras publicadas por los actores de la política lingüística y cultural, sobre todo por el Instituto Cervantes, en colaboración y con el apoyo del director de la biblioteca del Instituto Cervantes de Viena, Rafael de la Dueña Ruiz. Además, el análisis se funda en una metodología empírica precisa y una indagación multifacética y concienzuda en la red de artículos científicos actuales sobre los factores implícitos de la difusión de la lengua, como la imagen y el prestigio del español en el exterior.

El capítulo especial que sigue aquella parte contiene una exposición de las ventajas pero principalmente de los déficits y obstáculos del español, o sea de los países hispanohablantes, para internacionalizarse, según el escritor y periodista Álex Grijelmo y los lingüistas Juan Ramón Lodares y Francisco Marcos-Marín. En parte sirve como contraste a los pronósticos halagüeños del Instituto Cervantes y marca los problemas actuales de la lengua española en el contexto internacional.

Sobre todo en la siguiente conclusión, que cierra todo el análisis empírico y que relaciona todos los puntos investigados, intento ofrecer profundas respuestas a las preguntas investigativas expuestas al inicio y resumir los resultados fundamentales de mi análisis. En la conclusión también quiero realzar que no siempre se puede distinguir muy claramente o estrictamente entre las políticas explícitas y los factores implícitos, que ambos contribuyen a la difusión de la lengua española, dado que se influyen mutuamente y están correlacionados, lo cual voy a demostrar en mi tesina.

2 METODOLOGÍA

Esta pequeña parte introductoria del trabajo expone el método científico que he empleado en el proceso de la indagación sobre mi temática y la posterior elaboración de la tesina. Dicho método se puede ver como táctica que se emplea para constituir los conocimientos y resultados a los que se quieren llegar. En la mayoría de los casos, como también en el mío, no se trata de un sólo método científico sino de una combinación de diferentes prácticas.

Basándome en un específico interés cognitivo, que se funda principalmente en las preguntas de investigación formuladas en la introducción, seleccioné esmeradamente, metódicamente y sistemáticamente las informaciones obtenidas de varias obras científicas y adicioné estos conocimientos con la información disponible sobre este tema en la red y en la biblioteca del Instituto Cervantes de Viena. Además trabajé con artículos de periódicos, de revistas y con informes de diferentes organizaciones disponibles en la red, que en cualquier caso contribuyen al completamiento y a la actualización de los capítulos singulares. Quiere decir que en la parte teórica, como también en aquella empírica, se trata prioritariamente de una elección selectiva, y también cualitativa, de la literatura sobre esta temática. Significa que gran parte de la labor científica ejecutada en esta tesina, resultó de la búsqueda, la recopilación y la selección de informaciones sobre la política de difusión, de la comprobación de la fiabilidad de las declaraciones y de la construcción de un panorama sintetizado y comprensible sobre este tema complejo. En todos los capítulos pongo especial interés en la actualidad de las indicaciones cuantitativas (número de hablantes, porcentajes, etc.) y de las actividades de las instituciones responsables para la política lingüística y cultural en este momento, por lo cual la indagación electrónica, es decir en la red, es imprescindible en este caso. Mediante estos métodos expuestos y la composición detallada y concienzuda de hechos, conceptos y factores importantes en este contexto y la contraposición de las opiniones de diferentes científicos e investigadores, voy a llegar a fiables conocimientos y resultados, que representan las respuestas a mis preguntas de investigación. Por tal razón, se puede deducir que el método científico empleado es el explicativo, en el sentido de intentar encontrar respuestas a las preguntas iniciales y preguntar por el por qué de las cosas. Además es comparativo porque he establecido una comparación entre las varias políticas lingüísticas y culturales de las instituciones responsables para la difusión de la lengua española. En un cierto sentido es también sintético porque relaciono hechos y elementos aparentemente aislados, es decir los factores implícitos que contribuyen a la difusión de una lengua, los cuales pero actúan en su totalidad y tienen que ser vistos en un conjunto. Aparte de eso, cabe mencionar

que todas las tesis formuladas en la tesina y todos los resultados finales son enriquecidos por mi evaluación y observación crítica, mi opinión y experiencia personal, lo cual se manifiesta sobre todo en la conclusión del trabajo, donde ofrezco una interpretación de los conocimientos obtenidos.

3 PARTE TEÓRICA

3.1 La explícita e implícita política lingüística y cultural en general

En este primer gran capítulo se ofrece, como ya mencionado en la introducción, por un lado un panorama sobre los elementos fundamentales de la política de difusión lingüística y cultural, y por otro lado una información básica sobre el estatus de la lengua española en el mundo, sobre todo en relación con su valor como lengua internacional. La parte teórica sirve de base para todo el estudio empírico efectuado en este trabajo escrito, introduciendo conceptos importantes sobre la política lingüística explícita e implícita y sobre “el duro ascenso” de un idioma a una lengua internacionalmente reconocida y valorada.

3.1.1 Los aspectos esenciales del proceso de la difusión lingüística y cultural²

El concepto de la política lingüística y cultural es un término bastante general, que pero denomina un fenómeno muy complejo. Está estrechamente relacionado con el concepto de la difusión lingüística y cultural, el cual se refiere a la actividad de difundir una lengua y su cultura en asociación con un sujeto agente y con las personas confrontadas con la acción.

Cada proceso de difusión lingüística y cultural incluye aspectos geográficos, sociodemográficos, funcionales y organizacionales y además el elemento del prestigio. El primer aspecto, el geográfico, es obvio porque la política lingüística y cultural siempre contiene el elemento geográfico, o bien lineal direccional (del epicentro a ciertos lugares) o cubriendo totalmente un área determinada, es decir, del epicentro a zonas más extensas. El aspecto funcional, que en muchos casos predomina sobre los otros aspectos, se refiere al hecho de que si se difunde una lengua como resultado de una determinada política lingüística, se promueve en todo caso también ciertas funciones de la lengua (comercial, literario, etc.). En relación con el aspecto organizacional el lingüista Harald Haarmann se remite a las organizaciones internacionales con el ejemplo de las Naciones Unidas, que utilizan la mayor lengua global, el inglés, como lengua oficial y de trabajo con el objetivo de conseguir la máxima difusión de información en el ámbito internacional. En cambio, la Unión Europea, en teoría, es un ejemplo de la elección no-selectiva de lenguas oficiales, que así, por cierto, favorece también idiomas menor difundidos. En la mayoría de las veces, en el pasado y también en nuestros días, la política lingüística y cultural se relaciona con acciones políticas a nivel nacional, es decir con organizaciones estatales. En este contexto se puede distinguir

² cf. Haarmann 2004: 1653-1667

entre la política lingüística interna y externa. Por supuesto, el más variado repertorio de políticas lingüísticas de difusión de la lengua se adoptaron durante la era colonial. La actual difusión de lenguas internacionales (es decir de los idiomas de la comunicación global) es principalmente el resultado de las políticas nacionales para la difusión de su lengua en áreas de idiomas y poblaciones distintos en el pasado. En relación con eso, la presión política era de manera social, económica y cultural, como por ejemplo en Hispanoamérica, donde el español era la lengua de la administración, de la religión, de la educación y del comercio.

Muy importante para la difusión de una lengua es también el factor del prestigio, dado que no sólo se trata de un proceso lingüístico sino también de un proceso cultural, lo cual quiere decir que la difusión lingüística no se desarrolla sin valores. Es más fácil difundir una lengua que tiene valores positivos asociados, y por eso cada política lingüística quiere difundir también esos factores prestigiosos del idioma (como por ejemplo prosperidad económica, progreso social y otros). Todo eso significa que las acciones políticas de difusión de la lengua coinciden con la promoción del prestigio del idioma. Pero existe también el caso en el que el factor del prestigio funciona independientemente de la explícita política lingüística, dado que hay lenguas que se difundieron en el pasado y otras que se difunden en el presente sin ciertas acciones políticas. Por ejemplo, la amplia difusión de la lengua española en los Estados Unidos no se puede atribuir a explícitas acciones políticas, sino que es simplemente el resultado de la fuerte inmigración por parte de la gente de América Latina. También se tiene que mencionar el frecuente caso en el que hay por ejemplo una creciente demanda de enseñanza/aprendizaje de una cierta lengua y por eso, o sea por consiguiente, las autoridades estatales responden con medidas precisas. En suma, quiere decir que los parámetros implícitos, o sea extralingüísticos, como el prestigio de la lengua como lengua de literatura, de cultura, etc. y su reputación son de gran relevancia en el proceso de la difusión lingüística y cultural. Estos aspectos implícitos son siempre subjetivos, variables, dinámicos, no planificados y no están sometidos a una cierta acción política o a un preciso control político, mientras que las medidas explícitas son intencionadas y dirigidas políticamente. Por tal razón, durante el análisis es esencial ser consciente de esta dicotomía.

A continuación, Harald Haarmann llama la atención al hecho de que no hay sólo acciones políticas emprendidas por instituciones estatales, sino también por parte de organizaciones o agentes privados (como literatos o lingüistas). Por ejemplo, el Latín no se difundió como lengua de la ciencia en la Edad Media y en el Renacimiento europeo como resultado de una precisa política lingüística, sino que los sabios, los eruditos, es decir los hombres de letras,

favorecieron al Latín como lengua científica. Por consiguiente, las autoridades de los estados europeos apoyaron este movimiento general con la institucionalización del Latín en el sector académico. Otro agente potente era la iglesia, cuyos representantes, el clero erudito, participaron en los discursos académicos. El mayor impulso para la difusión del Latín se deduce, en todo caso, a las actividades de actores privados (en combinación con los otros). Pero en la actualidad también hay la posibilidad de una política lingüística cooperativa, cuando los intereses de los grupos privados coinciden con los de las autoridades estatales.

3.1.2 El objetivo prioritario de una política de difusión

Lo cierto es que en todos los casos, sea por iniciativa privada o estatal, la intención principal en las políticas de difusión lingüística y cultural es la ampliación del potencial comunicativo del idioma para hacerlo más potente y competitivo en el mercado internacional de lenguas. De esto resulta que para los hablantes el valor de su lengua crece con su difusión y la ampliación de los ámbitos de uso, dado que pueden comunicar y también actuar con una mayor cantidad de personas en el mundo, lo cual ciertamente trae múltiples ventajas. Ya sólo si se piensa en los productos que de verdad “se componen de palabras”, como las películas, la prensa y los medios electrónicos: las casas editoras, los estudios cinematográficos de lengua inglesa y las empresas internacionales nos demuestran que el potencial comunicativo de su lengua es muy significativo (o incluso decisivo) para su éxito.³

3.1.3 Los instrumentos principales de la política lingüística y cultural

En primer lugar, se tiene que poner énfasis en el hecho de que una lengua en general no es jamás neutra a la cultura. Quiere decir que no se puede difundir un idioma sin difundir automáticamente también sus valores culturales, dado que una lengua siempre está ligada culturalmente a una cierta comunidad hablante. Siempre las lenguas contienen su historia, su pasado en las diferentes facetas y son una manera de expresión de su cultura y de su identidad cultural. En este sentido varios factores culturales influyen en las interacciones lingüísticas y por eso se puede considerar a la lengua como un claro elemento integrativo de la cultura y sociedad. La persona que aprende una lengua extranjera, normalmente, en principio, adquiere los conocimientos como código, y sólo a continuación se lo dotan con cultura. Significa que en todo caso no se puede aprender una lengua sin aprender también su cultura.⁴ Por eso, las acciones políticas para la difusión de una lengua consideran también la promoción cultural

³ cf. Ammon 2000: 141-145

⁴ cf. Ammon 2000: 9-10, 17

como elemento esencial de la popularidad y del prestigio de un idioma en el ámbito internacional.

Para difundir una lengua en el exterior, el estado, fundamentalmente, toma las siguientes medidas de origen lingüístico y cultural: la enseñanza de la lengua/el ofrecimiento de cursos de lengua, el otorgamiento de becas para el estudio en el país, el establecimiento de relaciones académicas, la diseminación de información (librerías, películas, revistas y periódicos, transmisiones radiofónicas, etc.) y la promoción de las artes (escritores, músicos, teatro, etc.). En este contexto Phillipson menciona algunas instituciones conocidas como el Instituto Goethe de Alemania, el Instituto Cervantes de España y el Instituto Dante Alighieri de Italia, las cuales gestionan con éxito las iniciativas apenas mencionadas. Además explica que los estados que iniciaron muchísimas actividades a partir del final de la Segunda Guerra Mundial eran Francia, los Estados Unidos y el Reino Unido. Estas actividades contribuyeron considerablemente a la siguiente difusión mundial de sus idiomas.⁵

3.2 Las características fundamentales de una lengua internacional

Ser una lengua internacionalmente valorada y utilizada no es cosa fácil. Por eso, en los párrafos siguientes se muestran las condiciones necesarias de las cuales un idioma tiene que disponer para ser exitoso en el mercado internacional de lenguas. Quiere decir que en este capítulo se expone la pregunta ¿qué características y requisitos indispensables debe poseer un idioma para ser lengua internacional?

3.2.1 Los elementos determinantes en la elección de una lengua internacional⁶

La elección de una lengua es siempre una respuesta a las específicas exigencias funcionales de comunicación. En este sentido no es algo accidental, sino muy selectivo y estratégico, y contiene aspectos tanto prácticos, convencionales, ceremoniales, institucionales como simbólicos. Pero se tiene que poner de relieve que el aspecto funcional es el más determinante en el proceso de la elección. El aspecto práctico se refiere principalmente a consideraciones económicas con miras a las relaciones comerciales y al mercado global, mientras que el ceremonial hace referencia a las comunidades religiosas multiétnicas. Este último alude al hecho de que las lenguas sagradas garantizan solidaridad entre la respectiva comunidad religiosa (como por ejemplo el árabe entre los islamistas, el griego, latín y hebreo

⁵ cf. Phillipson 2004: 2301

⁶ cf. Haarmann 2004: 1521-1535

históricamente entre los cristianos, etc.). Respecto al aspecto convencional, Haarmann se refiere al inglés como ejemplo de la lengua típica de las ciencias y de la diplomacia internacional (que antes era el francés). El factor institucional hace referencia a la elección de lenguajes en organizaciones internacionales, mientras que el simbólico remite a los valores simbólicos que influyen en la elección de una lengua (como modernidad o cosmopolitismo). A este último contribuyen hechos de la memoria cultural colectiva de la sociedad, los cuales tienen una importante repercusión en el prestigio de una lengua.

Cada idioma elegido para la intercomunicación es examinado con miras a su eficacia y practicidad. El concepto de “eficacia” puede ser entendido también desde el punto de vista lingüístico en sentido estricto, lo cual quiere decir que por ejemplo el español es una lengua muy eficaz respecto a su estructura, dado que su sistema gráfico es bastante consistente fonéticamente. El inglés y el francés tienen la desventaja de servirse de una ortografía muy inconsistente, lo cual significa que estudiando leer y escribir en español no requiere tanto tiempo como estudiando francés o inglés. Sin embargo, se tiene que admitir que el inglés es una lengua eficaz en el sentido de que su léxico contiene numerosos sinónimos con otras lenguas (por ejemplo elementos del germánico o de origen latín o romance) y su formación de palabras hace la lengua muy flexible. No obstante, la estructura de una lengua no es tan decisiva para su estatus como lengua internacional como a veces parece, dado que más bien los factores extralingüísticos determinaron (y determinan aún hoy) la elección de una cierta lengua. Esto se puede ver en el caso del inglés, cuya importancia se debe casi exclusivamente a la potencia de los Estados Unidos y del Reino Unido en los asuntos internacionales, en el desarrollo tecnológico y en el comercio.

Entonces, las lenguas internacionales son aquellas con la más posible difusión y la mayor diversidad funcional. Quiere decir que una lengua global tiene que ofrecer una multitud de funciones comunicacionales en varios dominios. Pero ninguno de estos parámetros determina a solas el estatus internacional de dicho idioma.

3.2.2 Los criterios necesarios de una lengua internacionalmente exitosa

Según Juan Ramón Lodaes hay seis factores decisivos que determinan la importancia de una lengua en el mundo, o sea su relevancia global. Estos son:

- el número de hablantes/el impacto demográfico
- la extensión geográfica de la lengua

- el índice de desarrollo humano (es decir si los hablantes además de hablar, saben leer y escribir, cuál es su nivel de instrucción y qué esperanza de vida y renta per cápita tienen, etc.)
- el interés como segunda lengua para quienes no la hablan
- el estatuto oficial en organismos internacionales y
- el valor comercial calculado en dólares norteamericanos

Por supuesto, también Lodaes añade que ninguno de los valores es absoluto, dado que por ejemplo el chino mandarín es la lengua más hablada del mundo con más de ochocientos millones de hablantes y sin embargo, su extensión geográfica es mucho menor que la del inglés. Además, su valor comercial es la sexta parte del que ofrece el alemán. Otro ejemplo sería que por cada hablante de sueco en el mundo hay unos treinta de hindi, pero el desarrollo humano de los hablantes de sueco, el valor mercantil de esta lengua y el hecho de que por cada traducción de hindi que sale a la luz, se hagan a su vez treinta traducciones de sueco, implican que el sueco adelanta al hindi en peso internacional.⁷

También Haarmann describe en su artículo “*Linguistic Barriers between Speech Communities and Language Choice in International Contacts*” más o menos los mismos criterios de una lengua internacional. Respecto al factor demográfico explica que cada lengua internacional suele tener más de 100 millones de hablantes (como lengua materna). Aún hace algunas décadas este número no fue un criterio relevante para el estatus de las lenguas internacionales, pero ahora lo es debido a la presión demográfica mundial. Además, en relación con el criterio del interés como segunda lengua, Haarmann cita algunas cifras interesantes de proporciones de primera vs. segunda lengua, como por ejemplo del inglés L1: 59% vs. L2: 41%, del francés L1: 58% vs. L2: 42%, del español L1: 76% vs. L2: 24%, del portugués L1: 93% vs. L2: 7% y del alemán L1: 96% vs. L2: 4%. Respecto al aspecto de la extensión geográfica, Haarmann añade el criterio de la difusión intercontinental y multiétnica. Además, él entiende el factor del valor comercial como el criterio de la mayor importancia para la intercomunicación en el comercio internacional. Describe que el inglés es la lengua más usada en las relaciones comerciales internacionales, pero hay también una excepción, el Mercosur (Mercado Común del Cono Sur) de Sudamérica, cuyos lenguajes oficiales son el español y el portugués y no el inglés. A pesar de eso, Haarmann amplía los criterios con cuatro puntos: con la importancia de la lengua en la ciencia y en la educación escolar, con el potencial en la “network society” y

⁷ cf. Lodaes 2001: 164-165

con el factor del prestigio. Introduce el criterio de la ciencia porque, según él, cada lengua internacional tiene que disponer de un elaborado y moderno sistema lingüístico, que incluya la necesaria terminología de los sectores científicos. En relación con la educación escolar explica que lenguas internacionales ejercen cierta presión a las demandas educacionales de cada país. La amplia institucionalización del inglés en la educación escolar no era una reflexión del patrimonio cultural de los países anglófonos, sino más bien una respuesta a la gran importancia de la lengua. Respecto a la “network society” Haarmann se refiere sobre todo al inglés, que es la lengua por excelencia de este campo, dado que es asociada con la globalización, los software programas, la comunicación en la red y con otros procesos tecnológicos en general. Otro factor muy importante es el del ya mencionado prestigio, que está muy relacionado con aspectos psicológicos. Muy frecuentemente ciertos estereotipos se reflejan en los valores subjetivos del prestigio y estos estereotipos se deben a la ya mencionada memoria colectiva. En este sentido, algunos idiomas y culturas pueden dar la impresión de un estilo de vida moderno y civilizado, de cosmopolitismo y progreso social, mientras que otros no gozan de una reputación similar.⁸

En suma, se puede decir con las palabras de Pierre Janton que tanto la cantidad como la cualidad de una comunicación realizada en una lengua deben ser consideradas. Por tal razón, es más importante para un idioma disponer de una gran variedad de posibles funciones comunicativas que tener una gran cantidad de hablantes con una escasa posibilidad de aplicación de su lenguaje.⁹

3.2.3 El valor útil y económico de una lengua

Según Manz, se puede determinar, hasta un cierto grado, el valor económico de una lengua. Las lenguas con un gran radio de comunicación claramente poseen un mayor valor útil, o sea valor de uso. La cantidad de personas que hablan dicho idioma como lengua extranjera es aún más importante e interesante como criterio para el valor internacional de una lengua. Cuanto más personas aprenden una lengua como lengua extranjera o segunda lengua, tanto más crece su valor económico. También ser lengua oficial en las organizaciones internacionales da un especial prestigio y un cierto valor al idioma. Además es significativo para el valor de uso de una lengua, disponer de una terminología adecuada para la comunicación en la ciencia, tecnología, administración, en el campo del derecho y en todos los otros sectores de la sociedad. Es decir, tiene que ser posible expresar los conceptos técnicos de diferentes sectores

⁸ cf. Haarmann 2004: 1527-1535

⁹ cf. Janton 1988: 1681

en esa lengua, o sea que la lengua tiene que ser tan desarrollada que sea posible crear los respectivos términos fácilmente. Como ulterior factor para el valor económico de una lengua, Manz indica la dimensión de inversiones en una lengua, como la producción de diccionarios y gramáticas. De todo eso resulta que las lenguas también son productos con un cierto valor económico. Se tiene que gastar e invertir algo para adquirirlas/aprenderlas, pero a continuación se puede aprovechar de estas lenguas económicamente.¹⁰

3.3 El status quo de la lengua española en el mundo

En relación con la situación actual del español en el mundo, cabe destacar que es la lengua de más de 440 millones de personas y es el idioma oficial en 21 países en diferentes continentes con un alto potencial de crecimiento demográfico. Además, une a personas de muchas otras naciones en las que el español se habla como lengua de hogar familiar o se aprende para ampliar sus horizontes culturales y lingüísticos, así como sus posibilidades profesionales. En detalle, se puede distinguir entre los hablantes de dominio nativo, formado por 402 millones de personas, los 25 millones de personas que emplean el español con competencia limitada y a estos se añade la estimación de los aprendices del idioma, con los cuales se alcanza como mínimo unos 439 millones de hablantes de español. Todo eso significa que se trata de un idioma que identifica hoy a ciudadanos de muy diversa procedencia, dado que es compartido por diferentes países y continentes. Resumiendo, es lengua oficial en muchas naciones, hablada por millones de personas en todo el mundo y también es muy importante como segunda lengua. Eso ha configurado un espacio internacional en el cual se intercambian productos de la industria editorial o contenidos audiovisuales creados y difundidos en lengua española. Por consiguiente, para los habitantes de países de habla hispana, nacer y educarse en una de las lenguas de comunicación internacional es una gran ventaja competitiva en nuestro mundo global.¹¹

Por número de hablantes el español se sitúa por detrás del chino mandarín, del inglés y del hindi, lo cual significa que la lengua española es la cuarta lengua más hablada del mundo. El número de los que tienen el español como lengua materna crece constantemente, así como el número de los que lo adquieren como segunda o tercera lengua (como en Brasil y en los Estados Unidos). Por lo tanto, el español se revela como una lengua muy dinámica, que tiene, por consiguiente, un prometedor porvenir. Actualmente, el español está disperso por todo el

¹⁰ cf. Manz 2002: 37

¹¹ cf. Instituto Cervantes 2010: 14-17, 26, 251

mundo pero se centra principalmente en América. De esto resulta que de cada nueve personas que hablan español, ocho son americanos.¹² Según el Instituto Cervantes, la proporción de uso del español ronda el 5% de la población mundial. Por todo eso, la lengua española seguirá contando entre las lenguas más habladas y difundidas del planeta, con un ya mencionado marcado protagonismo regional en el continente americano. El español es una gran lengua de relación internacional, lógicamente tras el inglés, pero por delante del chino, debido a su cosmopolitismo, su prestigio y su estatus como segunda lengua de aprendizaje preferida en todo el mundo.¹³

Entre las lenguas románicas es la más difundida geográficamente, y demográficamente es la que más se expande.¹⁴ Como lengua internacional ocupa un lugar destacado, después del inglés. Como vehículo de comunicación en la política, la economía y en la cultura internacionales, es la tercera, después del inglés y el francés.¹⁵ En detalle, se puede deducir el gran valor internacional de la lengua española a tres factores determinantes, que son el peso demográfico, su reconocido prestigio (entre otras cosas por el rico patrimonio cultural de España e Hispanoamérica) y su apreciada funcionalidad como lengua de comunicación internacional. Además, la ya mencionada gran demanda del español en todos los ámbitos educativos (enseñanza reglada y no reglada) es también de gran importancia.¹⁶

3.4 El español como lengua global en comparación con las otras grandes lenguas

La lengua española es una lengua viva y un idioma en pleno proceso de expansión demográfica y de proyección exterior. Pero también su dimensión económica es de vital importancia para su avance. Los factores que contribuyen a la creciente importancia económica del español en el mundo son varios y de distinta naturaleza. Unos factores fundamentales, que valen también para las otras lenguas de comunicación internacional, son la globalización económica y política en general y el intercambio de información y de conocimiento por Internet. Otros aspectos que favorecen la internacionalización del español son la ascensión del idioma como segunda lengua de los Estados Unidos, el auge del español como segunda o tercera lengua en Europa, la creciente apertura de las economías iberoamericanas y la acompañada pujante internacionalización empresarial en los casos de

¹² cf. Lodaes 2001:167

¹³ cf. Instituto Cervantes 2010: 71-73, 119

¹⁴ cf. Janich/Greule 2002: 295

¹⁵ cf. Tamarón 1995: 195

¹⁶ cf. Instituto Cervantes 2008: 17

España, México, Chile, Argentina y Colombia. A pesar de todo eso, la lengua española dispone de un alto grado de cohesión interna, de una gran unidad preservada (mayor que la del inglés), que representa una considerable ventaja comparativa para su difusión, para los intercambios de bienes y servicios y para el mercado de productos de las industrias culturales. Aparte, el español ofrece un riesgo moderado de fragmentación, dado que hay un sistema vocálico simple con cinco elementos y una amplitud del sistema consonántico compartido por todo el mundo hispanico. Es decir, a pesar de su constante evolución natural debido a la gran cantidad de hablantes y países donde se habla dicho idioma, presenta una extraordinaria uniformidad. También el léxico fundamental es más o menos compartido y hay una sintaxis elemental. Consiguientemente, esta relativa homogeneidad, especialmente en los niveles más cultos, es un atractivo adicional para el aprendizaje del idioma, porque evita rupturas comunicativas con hablantes de distintos países, es decir, existe una alta posibilidad de entendimiento mutuo a lo largo de todo el condominio hispanico.¹⁷

Es cosa sabida que el inglés es la lengua franca de los negocios internacionales, sobre todo por la gran potencia mundial que son los Estados Unidos, que a lo largo del siglo XX se han convertido en el primer país del mundo en asuntos políticos, científicos, militares, económicos, técnicos, financieros, turísticos y diplomáticos. Imponían también el dólar como dinero patrón reconocido en el contexto internacional. No sólo, pero principalmente por esta razón, el inglés es tan fuerte en nuestro planeta. Es la lengua franca de la globalización y consiguientemente de muchísimos sectores del mundo, donde el idioma está omnipresente. Por eso, es lengua oficial en las más importantes organizaciones internacionales y la primera lengua aprendida en el mundo.¹⁸

Además no se puede negar que el inglés (por el momento) cuenta con más hablantes en el mundo que la lengua española, pero en relación con el índice de natalidad, el español lleva una gran ventaja sobre el inglés. Es decir, por cada niño nacido en casa anglohablante han nacido cinco en casas hispanohablantes.¹⁹

En el contexto europeo, el inglés, visto demográficamente, no es para nada la lengua materna más difundida. Es cierto que más de 60 millones de personas tienen el inglés como L1 (en comparación con más de 230 millones en los Estados Unidos), pero los hablantes madre de ruso, por ejemplo, son 105 millones, los alemanes 100 millones y los franceses 63 millones. Sin embargo, como segunda lengua el inglés supera a los otros idiomas, esto claramente con

¹⁷ cf. Instituto Cervantes 2010: 17-22

¹⁸ cf. Wilss 2003: 5; Witt 2001: 221

¹⁹ cf. Lodaes 2001: 167

gran distancia. Además, el inglés tiene la ventaja de ser una lengua pluricéntrica, dado que se habla en cada uno de los continentes (en Europa, los Estados Unidos, Australia, Canada, Nueva Zelanda, etc.), lo cual supuestamente aumenta la presencia internacional de dicha lengua.²⁰

No obstante, si se comparan las tendencias del español con las de otras lenguas internacionales, se comprueba que el español goza de una buena salud demográfica relativa, lo cual hace que el español sea la lengua de origen europeo con mayor vitalidad vegetativa. Según las investigaciones del Instituto Cervantes, el grupo de dominio nativo en breve alcanzará al del inglés, crece más rápido que la mayor lengua del mundo, el chino, y sólo el árabe crece significativamente más que la lengua española.²¹

Es obvio que a corto y medio plazo el español y el inglés siguen siendo los dos idiomas occidentales de mayor difusión, tanto en el entorno general como en el de los negocios. Como ya mencionado antes, la importancia de una lengua se mide también por el número de hablantes que lo usan como lengua extranjera. Es el español el idioma que cada vez está captando un mayor porcentaje de alumnos extranjeros que lo estudian como segunda lengua. Aparte de eso, es una lengua romance y por lo tanto, tiene una fuerte similitud y cercanía geográfica con otros idiomas como el portugués, francés, italiano y rumano, que propician la facilidad de aprendizaje y el interés por el idioma. La creciente presencia del español en los Estados Unidos se puede considerar también como aspecto muy ventajoso para el reconocimiento internacional del idioma.²²

Aunque no se puede negar que el inglés es la lengua franca de la globalización, también el español es una gran lengua internacional, hablada en distintas naciones y con un futuro asegurado gracias a su fuerte arraigo regional en América. Sin embargo, como muestra el caso del inglés y de otras lenguas internacionales, el peso demográfico es una condición necesaria pero no suficiente para convertirse en una lengua franca internacional. Es verdad que la lengua española tiene la suerte de ser un idioma muy atractivo como segunda lengua y que goza de un gran prestigio cultural, pero si estos aspectos son suficientes, es uno de los temas del estudio empírico.²³

²⁰ cf. Kelz 2002: 65

²¹ cf. Instituto Cervantes 2010: 26

²² cf. Instituto Cervantes/Santillana 2009: 111

²³ cf. Instituto Cervantes 2010: 27

También el Marqués de Tamarón en su libro *“El peso de la lengua española en el mundo”* del 1995 hace hincapié en el hecho de que la capacidad de expansión de una lengua no debe valorarse exclusivamente por el número de hablantes o por la cuantía de transacciones comerciales que se realizan utilizando dicha lengua como instrumento de comunicación, sino que es, entre otras cosas, también muy importante valorar el interés que suscita su aprendizaje como lengua extranjera o segunda lengua en el mundo. Todo eso está estrechamente relacionado y no puede ser observado separadamente. Visto esto en conjunto, el papel y la valoración de la lengua española han aumentado significativamente en las últimas décadas.²⁴

Para fomentar realmente todos los campos necesarios del español para ser lengua internacional existen las acciones e iniciativas de diferentes instituciones, como el Instituto Cervantes, las cuales se tratan en la siguiente gran parte de la tesina.

²⁴ cf. Tamarón 1995: 195

4 PARTE EMPÍRICA

4.1 Estudio empírico I: La explícita política de difusión de la lengua y cultura española

A continuación voy a presentar los principales actores, es decir varias instituciones y organizaciones, que se ocupan, por un lado, de la promoción de la lengua y cultura española en el exterior y, por otro lado, de las relaciones culturales internacionales con los países hispanohablantes. Me fijo especialmente en la presentación de la labor del Instituto Cervantes, que es el protagonista en la difusión lingüística y cultural por excelencia. Sin embargo, se mencionan también las actividades y los ámbitos de competencias de otros organismos dedicados a este objetivo, pero con menor profundidad. En general, todos los consulados, embajadas, oficinas comerciales y de turismo, los consejeros de educación y los agregados culturales se ocupan, directa o indirectamente, de la difusión de la lengua española y cultura hispana en el mundo.

En la política cultural exterior de España participan una multitud de varios actores, en la mayoría de los casos públicos, que se orientan sobre todo a la difusión de la riqueza cultural española en el extranjero. Destaca decididamente el muy conocido Instituto Cervantes, que dispone de una amplia red de centros en cualquier parte del mundo. Aparte del Instituto Cervantes, en España la política exterior del Estado en relación con la cultura y lengua es principalmente una competencia del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y del Ministerio de Cultura, que en parte acuerdan sus acciones en determinados aspectos. Pero existen también otras organizaciones que difunden la lengua y cultura hispana en el mundo, las cuales son de interés principal en este gran capítulo.

4.1.1 El Instituto Cervantes

“El castellano es la segunda lengua occidental, después del inglés. La hablamos más de cuatrocientos millones de seres humanos. Además, pensamos, amamos, injuriamos, deseamos y SOMOS en español. La lengua es nuestro patrimonio. Nos identifica. Nos reúne. El Instituto Cervantes asegura que así sea y así continúe siendo. Carlos Fuentes”²⁵

El prestigioso Instituto Cervantes, que en este año celebra su vigésimo aniversario, fue establecido por ley en el año 1991 con el fin de promover universalmente la enseñanza, el

²⁵ Instituto Cervantes Anuario 2009: 292

estudio y el uso de la lengua española. Además está dirigido a la difusión de la cultura de los países hispanohablantes en el exterior en coordinación con los otros órganos responsables del Estado. En la Ley 7/1991 de 21 de marzo de 1991, que establece el Instituto Cervantes, está escrito que “[la] presencia exterior permanente y activa es objetivo estratégico de los países más avanzados” y que “[la] difusión del conocimiento de la lengua y la expansión e influencia de la cultura son instrumentos que permiten dar coherencia y sentido a la acción exterior del Estado, en especial de aquellos estados de larga historia, lengua universal y vieja cultura.”²⁶ Hasta aquel momento España y los otros países hispanohablantes no disponían de tal organismo específico para la promoción de la enseñanza, del estudio y del uso del español como lengua extranjera. El Instituto Cervantes siguió el modelo del *British Council* y del *Institut Français*. Es un ente de derecho público sin ánimo de lucro que es adscrito al Ministerio de Asuntos Exteriores. Ahora es una de las mayores instituciones culturales del Estado de España y conocida en todo el mundo. Lleva a cabo muchísimas actividades culturales polifacéticas (como exposiciones, presentaciones de películas, conferencias, conciertos, lecturas de escritores contemporáneos, etc.) por las cuales en muchos eventos colabora con instituciones públicas o privadas de España y de otros países (no sólo hispanohablantes). Por ejemplo, trabaja habitualmente con el Ministerio de Cultura, el Ayuntamiento de Madrid, el CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) y con las universidades y los museos españoles. En la actualidad, el Instituto Cervantes dispone de más de 70 centros repartidos en más de cuarenta estados de diferentes continentes de todo el mundo (con excepción de América Latina), mientras que la mitad de estos centros está situada en Europa. En estos centros se ofrecen clases de lengua, se forman a profesores de español y se organizan diferentes actividades culturales, como las ya mencionadas exposiciones de artistas contemporáneos, proyecciones de documentales, ciclos de cine, recitales literarios y conciertos de música. Se colabora frecuentemente con el Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales en los festivales y muestras cinematográficas en las ciudades donde hay centros Cervantes. Además, se erigió las Aulas Cervantes, que son centros de recursos y autoaprendizaje del español y de difusión cultural, instalados en universidades u otros centros de formación. En el año 1997 además se creó el Centro Virtual Cervantes (CVC), un sitio de Internet creado y mantenido por el Instituto Cervantes, el cual se puede entender como prolongación del Instituto en la red, porque con este Centro Virtual se impulsa la difusión de la lengua española en el ciberespacio. Aparte de eso, desde el 2008 existe el canal de televisión “Cervantes TV”, disponible en línea, que presenta una oferta muy variada de

²⁶ http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/229/229_Interarts.pdf, p. 17 [15.04.2011]

contenidos culturales con boletines diarios, entrevistas y reportajes interesantes en lengua española. En uno de los párrafos siguientes se encuentra una descripción más detallada de este canal de televisión.²⁷

En relación con la gestión de la institución es importante explicar que el Instituto Cervantes está regido por un Patronato encabezado por el Rey Don Juan Carlos I, cuyo presidente ejecutivo es el presidente del gobierno español (en el momento: José Luis Rodríguez Zapatero). Destacados representantes de las letras y de las culturas españolas e hispanoamericanas forman el Patronato. Como se trata de una entidad sin ánimo de lucro, el Instituto es regulado por los siguientes órganos:

- Al Rey de España se le asignó la presidencia de honor.
- Al jefe del gobierno se le asignó la presidencia ejecutiva.
- Los planes generales del Instituto son aprobados por el consejo de administración, que está formado por representantes de los Ministerios de Asuntos Exteriores, de Educación y Cultura, de Economía, Finanzas y Empresas.
- La gestión y representación del Instituto está a cargo del director.

La actual directora del Instituto Cervantes se llama Carmen Caffarel Serra, que desempeña esta función desde el año 2007. El Instituto tiene su sede principal en Alcalá de Henares en España (lugar de nacimiento del escritor Miguel de Cervantes), donde alberga también el Centro de Formación de Profesores, y desde septiembre de 2007 hay también una nueva sede central en Madrid. En el Centro de Formación de Profesores de Español se imparten cursos de perfeccionamiento en didáctica para los profesores de español como lengua extranjera así como un Máster en Enseñanza del Español. A pesar de que el Instituto Cervantes tiene sus sedes principales en España, es una institución al servicio de toda la comunidad hispanohablante en el mundo. En este sentido favorece a las redes de conocimiento e intercambio cultural en español, contribuye a la organización de encuentros científicos, colabora en la creación de redes de investigación y favorece la labor investigadora y difusora de los centros de investigación sobre la lengua y las culturas en español.²⁸

²⁷ cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]; Instituto Cervantes, Anuario 2009: 267, 291

²⁸ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 290

En el artículo 3 de la ley 7/1991 de fundación del Instituto se fijaron los objetivos de la institución:

1 a) Promover universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y fomentar cuantas medidas y acciones contribuyan a la difusión y la mejora de la calidad de estas actividades.

1 b) Contribuir a la difusión de la cultura en el exterior en coordinación con los demás órganos competentes de la Administración del Estado.

2) En sus actividades, el Instituto Cervantes atenderá fundamentalmente al patrimonio lingüístico que es común a los países y pueblos de la comunidad hispanohablante. (Ley 7/1991. 9067)²⁹

De estos objetivos generales apenas expuestas se puede deducir que las actividades principales del Instituto Cervantes en detalle son las siguientes:

- La organización de cursos generales y especiales en español.
- La acreditación de los conocimientos adquiridos por los alumnos mediante certificados o diplomas y la organización de los Diplomas Oficiales de Español como Lengua Extranjera (DELE).
- La actualización de los métodos de enseñanza y de la formación del profesorado.
- La participación en programas de difusión de la lengua española.
- La realización de actividades de difusión cultural en colaboración con otras organizaciones españolas e hispanoamericanas.
- El ofrecimiento de bibliotecas al público, las cuales disponen de los medios tecnológicos más avanzados.
- El apoyo a la labor de los hispanistas en todo el mundo.³⁰

Hasta el año 1991 ninguna otra entidad había desempeñado estas funciones específicas, dado que el Instituto Cervantes une muchísimas actividades diferentes entre sí, que inician con la promoción de la enseñanza, del estudio y del uso del español como lengua extranjera en el mundo y finalizan con la difusión del patrimonio cultural de todos los países de habla hispana. El objetivo del Instituto Cervantes consiste además en ofrecer una imagen de la lengua y de la cultura española diferente de los estereotipos habituales. Aparte de eso, no se concentra sólo

²⁹ Marcos-Marín 1997: 101

³⁰ cf. Sanz Luque 2006: *¿Es posible evaluar la política cultural exterior como una política pública?*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [12.03.2011]

en el castellano, sino que intenta promover también las otras lenguas de España en el exterior y toma en consideración todas las variedades del español en sus cursos ofrecidos.³¹

En relación con las funciones y los objetivos del Instituto Cervantes, el ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Miguel Ángel Moratinos, los describe así en la *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario 2006-2007*:

*“El objetivo del Instituto Cervantes, de su equipo directivo y de sus trabajadores es hacer del español una lengua pujante y atractiva en un mundo globalizado que se adentra con celebridad en la era digital. A ese objetivo institucional sumamos la aspiración compartida por la ciudadanía y el Gobierno de España, que persigue que nuestra lengua sea un referente idiomático en las relaciones internacionales y en la construcción de la paz y el progreso global.”*³²

Con regularidad, el Instituto Cervantes publica sus anuarios (en formato de libro y también en la red), que son informes anuales que ofrecen una buena oportunidad de reflexión sobre la situación actual de la lengua española en el mundo. Con estas publicaciones el Instituto intenta, entre otras cosas, mejorar las posibilidades de diálogo entre los expertos respecto a la promoción lingüística y cultural, y quiere fomentar iniciativas de colaboración futura. Aparte de eso, los anuarios constituyen buenas obras de consulta y un medio de publicación de los resultados de la actividad investigadora de las diversas áreas del Instituto Cervantes y de todos sus centros en el mundo. Las investigaciones sobre la lengua española y su enseñanza son ya desde la fundación del Instituto unas de sus actividades fundamentales. En el artículo 4 de la ley de creación se describe en relación con eso que el Instituto debe actuar como órgano de cooperación y asistencia para los hispanistas y centros extranjeros de investigación.³³

Cabe mencionar también que las bibliotecas del Instituto Cervantes representan la mayor red de bibliotecas españolas en el mundo, con un total de 65 instalaciones bibliotecarias, financiadas principalmente por el gobierno de España. En estas bibliotecas las colecciones bibliográficas superan un millón de volúmenes y ofrecen una visión actual, completa y equilibrada de la lengua, historia, arte, filosofía, ciencia, música y cine español. Así las bibliotecas del Instituto Cervantes son un lugar único de referencia sobre la cultura y las letras de la Hispanofonia. Se pone especial atención a ofrecer la máxima calidad en la prestación de los servicios bibliotecarios y documentales asignados a las bibliotecas y en la adecuación de los servicios a los cambios que se producen en el ámbito de la tecnología. Debido a la

³¹ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 9

³² Instituto Cervantes Anuario 2009: 848

³³ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 13, 281

dimensión internacional de la lengua española y su condición de lugar de encuentro multicultural, las colecciones bibliotecarias contienen también obras publicadas en países no hispanohablantes. Además incluyen los títulos más actuales de la literatura hispana, así como obras antiguas y rarezas documentales.³⁴

El Instituto Cervantes ofrece sus propios certificados con los cuales reconoce las competencias adquiridas en cada uno de los seis niveles propuestos, que son el A1, el A2, el B1 (antes llamado inicial), el B2 (antes llamado intermedio), el C1 y el C2 (antes llamado superior). Además ofrece certificados para los cursos especializados en cultura, civilización, perfeccionamiento, etc.³⁵ Los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) son títulos oficiales que se acreditan a los estudiantes según el grado de competencia y dominio de la lengua española. Desde el año 2003 son otorgados por el Instituto Cervantes en nombre del Ministerio de Educación y Ciencia de España, que creó los DELE en el año 1988 como un importante apoyo y una influencia poderosa en el desarrollo de la enseñanza de la lengua española en todo el mundo. Ahora el Instituto Cervantes es responsable de la dirección académica, administrativa, económica y comercial de los Diplomas en todo el mundo. Los DELE se han convertido en el referente internacional más importante en el ámbito de la certificación en lengua española y han contribuido a la universalización del concepto de español como lengua extranjera. En la elaboración de los modelos de los exámenes y en la evaluación de estos, el Instituto Cervantes colabora con la Universidad de Salamanca.³⁶ En suma hay tres convocatorias de exámenes al año, que se celebran en mayo, agosto y noviembre. El 20 de mayo de 2011 publicaron un artículo en el sitio web del Instituto Cervantes con la información de que aquel fin de semana se examinaron más de 41.000 alumnos del Diploma de Español como Lengua Extranjera. Esto representó un incremento de 7% con respecto a 2010. Estas pruebas escritas y orales tuvieron lugar en 688 centros de examen en más de 100 países de todo el mundo. El mayor número de inscritos se comprobaron en los centros de Italia con un 20% del total. Grecia, España, Brasil y Francia le siguieron.³⁷

Como el Instituto Cervantes concede mucha importancia a su presencia en la red, es necesario describir su labor en este sector más detalladamente y con más profundidad. Desde el 1997 el

³⁴ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 236, 274-277

³⁵ cf. Chareille 2005: *Las políticas de difusión lingüístico-culturales*, www.monografias.com, ver link completo en la bibliografía [04.03.2011]

³⁶ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 311; <http://diplomas.cervantes.es/general/descripcion.jsp> [15.05.2011]

³⁷ cf. http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2011/noticias/nota_datos_dele_mayo.htm [31.05.2011]

ya mencionado Centro Virtual Cervantes (CVC) contribuye considerablemente a la difusión de la lengua y cultura hispana en el mundo. Brinda una multitud de diferentes materiales y servicios en la red, tanto para estudiantes de español como para profesores, traductores, periodistas, profesionales, que trabajan con el español, e hispanistas de todo el mundo. También ofrecen sus materiales y servicios a cualquier otra persona que se interese por la lengua y la cultura española. Así se puede enseñar español a cualquier alumno de cualquier lugar del mundo y divulgar la cultura hispánica con alcance internacional. Al CVC están asociados el Aula Virtual de Español, la ya mencionada televisión “Cervantes TV”, la emisora de radio del Instituto y el portal de los Congresos Internacionales de la Lengua Española.³⁸ El Aula Virtual de Español (AVE) es un sitio virtual para el aprendizaje del español. Se ofrece este servicio para estudiantes que quieren aprender español autónomamente o integrarse en propuestas docentes ya consolidadas, es decir que hay un tutor que guíe el aprendizaje. Esta iniciativa del Instituto Cervantes ha estimulado la creación de foros y debates sobre los usos del idioma español las veinticuatro horas del día. El AVE ofrece materiales didácticos, tanto escritos como orales, que tienen en cuenta las numerosas variedades de la lengua española que existen en el mundo.³⁹ El canal de televisión del Instituto Cervantes ofrece una colección de todo tipo de material videográfico sobre la lengua y la cultura hispana, principalmente producido en los numerosos centros del Instituto dispersos en todo el mundo. El espectador interesado dispone de cuatro canales: el primero ofrece informaciones sobre las actividades que tienen lugar en la sede central en Madrid, el segundo emite las iniciativas de los otros centros, el tercero muestra vídeos realizados por el Instituto Cervantes en colaboración con otras organizaciones y el cuarto publica el boletín de noticias diarias “Espacio Cervantes”.⁴⁰ “Radio Cervantes” difunde los materiales sonoros de los diferentes centros del Instituto Cervantes en el mundo, con una emisión continua de 24 horas, colaborando en parte con la Radio Nacional de España. Con este servicio contribuye a la difusión de la lengua y cultura en español y a la popularidad del Instituto Cervantes a nivel mundial.⁴¹ Los mencionados Congresos Internacionales de la Lengua Española son foros de reflexión sobre el idioma español, su situación actual y sus problemas. Son organizados desde el año 1997 por la RAE y la Asociación de las Academias de la Lengua Española en alguna ciudad de España o Hispanoamérica en un intervalo de tres años. El Instituto Cervantes desempeña la secretaría general de los congresos. Durante los días de la celebración hay diferentes actividades

³⁸ cf. www.cvc.cervantes.es [21.05.2011]

³⁹ cf. <http://cvc.cervantes.es/ensenanza/cursos/> [30.04.2011]

⁴⁰ cf. www.cervantestv.es [26.04.2011]

⁴¹ cf. www.radiocervantes.es [31.05.2011]

culturales en la ciudad anfitriona, acompañadas por las presentaciones de la labor del Instituto Cervantes, de la RAE y de las Academias de la Lengua Española. A estos congresos participan renombrados escritores, académicos, lingüistas, hispanistas e intelectuales para dialogar sobre el español, su presente y su futuro. Las actas de todos estos congresos se publican en el Centro Virtual Cervantes.⁴²

Otro evento interesante e importante para la lengua española es “El día E – la fiesta de todos los que hablamos español”, que desde hace tres años se celebra cada junio. Es una fiesta del español promovido por el Instituto Cervantes, en la cual participan famosas personalidades de la comunidad hispanohablante, representantes de la literatura, del cine, de la ciencia, de la moda, del deporte, de la danza, de los negocios, de la gastronomía, de la música y de las artes, como por ejemplo Mario Vargas Llosa, Ricardo Darín, Shakira, Diego Forlán, Margarita Salas, Emilio Botín, Vicente del Bosque, Ferrán Adriá, Alejandro Sanz, Alicia Alonso, Antonio Skármeta o Isabel Allende, que eran los participantes en el tercer día E el 18 de junio de 2011. Estas fiestas, con las que se celebran la riqueza y buena salud de la lengua española, tienen lugar en los cinco continentes, es decir en todos los países donde se encuentran las comunidades hispanohablantes y los 78 centros del Instituto Cervantes. Hay una plataforma interactiva (www.eldiae.es), donde los usuarios pueden poner y votar sus palabras favoritas de la lengua española desde cualquier lugar del mundo. Estas celebraciones son muy importantes para el idioma, la comunidad hispanohablante y su reputación y difusión, dado que llaman la atención a la lengua española en todo el mundo.⁴³

Del 21 al 23 de noviembre de 2011 el Instituto Cervantes organiza un gran congreso virtual internacional para celebrar su vigésimo aniversario. Se trata del “Congreso Mundial de Profesores de Español”, que se celebra de manera virtual, es decir en la red, con una programación continua de 48 horas. Con esta modalidad es posible conectar participantes y ponentes de cualquier lugar del mundo para fomentar redes profesionales entre los profesores de español del planeta, divulgar los avances e innovaciones en la lingüística aplicada y en la didáctica de la lengua española. Pero no se trata sólo de una transmisión de información y de los últimos conocimientos, sino que también se posibilita una muy valiosa e importante interacción profesional entre los participantes de varios orígenes. Por lo tanto, se ofrecen una multitud de programas, como conferencias plenarias, mesas redondas, videocomunicaciones y talleres. En estas actividades el Instituto Cervantes cuenta con la participación de profesores,

⁴² cf. <http://congresosdelalengua.es/organizacion.htm> [22.05.2011]

⁴³ cf. artículo “*El 18 de junio, el Día E*” del 18 de mayo de 2011, en: www.europapress.es, ver link completo en la bibliografía [23.05.2011]

lingüistas, autores e investigadores de reconocido prestigio en el sector de la enseñanza del español como lengua extranjera o segunda lengua.⁴⁴

Otra de las recientes iniciativas del Instituto Cervantes es la apertura del Aula Cervantes de Dakar en la Universidad de Cheikh Anta Diop en Senegal y el programa de refuerzo del español en colaboración con los Centros Culturales de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo en Malabo y Bata en Guinea Ecuatorial. Estas acciones simbolizan el inicio de una presencia significativa en el África subsahariana, es decir, representan el primer paso para una implementación futura de iniciativas académicas y culturales en esta zona del continente africano, enmarcada en una acción orientada hacia el desarrollo. Senegal dispone de muchas de las condiciones necesarias para el éxito de las acciones, que son, entre otras cosas, la fuerte demanda del español, particularmente en la enseñanza reglada primaria y secundaria, la estabilidad política y las intensas relaciones con España, no sólo en el ámbito de la inmigración. Sin embargo, no se debe olvidar un obstáculo para la amplia difusión de la lengua española en los países africanos que es la falta de recursos humanos y materiales apropiados para la enseñanza del español en este continente. Pero el Instituto Cervantes en parte intenta luchar contra esta carencia con la reciente apertura del Aula Cervantes allí.⁴⁵

Otra tendencia favorable para la difusión del español, a la cual el Instituto Cervantes pone particular atención, es la situación prometedora de la lengua española en Brasil.⁴⁶ En este país el Instituto Cervantes dispone de nueve centros, lo cual significa que se trata de la mayor red de centros Cervantes en el mundo. Estos centros están situados en ocho estados diferentes más el Distrito Federal. Este hecho es la respuesta a la creciente demanda de la enseñanza del español en Brasil. Los centros en este país ofrecen las tres actividades esenciales del Instituto Cervantes que son los cursos de lengua, los DELE (Diplomas de Español como Lengua Extranjera) y el Aula Virtual de Español. Además se ocupa del perfeccionamiento del profesorado, ya por el hecho de que hay un aumento inmenso en la demanda de profesores de español en este país. Los DELE son muy solicitados en Brasil, por un lado porque los brasileños realizan esta prueba para tener la acreditación necesaria para ser profesores de español y por otro lado, necesitan este certificado para trabajar en una empresa con contactos

⁴⁴ cf. <http://comprofes.es> [31.05.2011]

⁴⁵ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 11, 40, 76

⁴⁶ En el artículo “*La lengua española y sus tres formas de estar en el mundo*” de Ángel López García, publicado en el Anuario 2006/2007 del Instituto Cervantes, el autor introduce el término de la “hispanoproclividad” para países en los que el español no es lengua materna ni fue lengua colonial, pero sin embargo lo están aprendiendo numerosas personas como segunda lengua impulsadas por ventajas de orden práctico. (Instituto Cervantes 2008: 474)

comerciales con los países hispanicos circunstantes. La labor y la ayuda del Instituto Cervantes contribuye al hecho de que la enseñanza del español en Brasil atraviesa el mejor momento de su historia, tanto en cantidad como en calidad.⁴⁷

La Dirección Académica del Instituto Cervantes se ocupa de la planificación, organización y gestión de la actividad académica del Instituto. Algunos de sus objetivos son mejorar la calidad de la enseñanza y el desempeño profesional de los equipos docentes, perfeccionar y ampliar la oferta de los diplomas del Instituto, crear un plan integral de formación de profesores de español como lengua extranjera y desarrollar programas académicos con nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Además hay una intensa colaboración con el AECID y el Ministerio de Educación para la aplicación de los recursos, de la metodología y de los materiales del Instituto Cervantes en diferentes países donde existe una fuerte demanda del español como lengua de enseñanza (Brasil, África, etc.).⁴⁸

La Dirección de Cultura del Instituto Cervantes se divide en el Departamento de Actividades Culturales y el Departamento de Biblioteca y Documentación. Las áreas de trabajo del primero en detalle son la difusión de la cultura española e hispanoamericana, la difusión de las creaciones ligadas a las demás lenguas de España y la proyección de una imagen positiva de los países hispanohablantes en el exterior, es decir fomenta una valoración positiva de España y de los países hispanoamericanos y de sus valores culturales. En este contexto se intenta corregir la idea estereotipada que se tiene de la comunidad hispana en el exterior y proyectar los aspectos fundamentales científicos y culturales de la realidad actual, entre otros, en los campos de la investigación, de la música, de las artes, de la literatura, de la arquitectura, del deporte, etc. El segundo departamento de la Dirección de Cultura del Instituto Cervantes, el Departamento de Biblioteca y Documentación, se encarga de preservar e incrementar el patrimonio cultural del Instituto a través del mantenimiento y enriquecimiento de las colecciones bibliográficas, promover la participación en foros profesionales y potenciar la cooperación entre las diferentes bibliotecas y otras instituciones con objetivos e intereses afines.⁴⁹

A continuación voy a detallar los múltiples fines del Instituto Cervantes en algunas de las diferentes áreas de la cultura. En el área audiovisual y de cine el Instituto quiere difundir globalmente el cine español e hispanoamericano y las nuevas creaciones de estos. Además establece una colaboración con entidades locales cinematográficas y festivales, realizando

⁴⁷ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 124-126, 138

⁴⁸ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 255-256

⁴⁹ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 266-272

también una programación propia regular, diversificando así la presentación audiovisual, programando cortometrajes, documentales y videoarte. Aparte de eso, enriquece la programación con actividades complementarias como conferencias, cursos y talleres. En el área de la literatura se intercede a favor de la difusión internacional de la creación de los escritores en lengua española y en las lenguas cooficiales de España, a favor de la potenciación de la traducción, el fomento del conocimiento de todos los autores hispanohablantes, también los menos conocidos a nivel internacional, y a favor de la incrementación de la presencia de los autores hispanohablantes en el ámbito de la investigación literaria en el mundo. En cambio, los objetivos fundamentales en el área de la historia y la ciencia son la contribución a la divulgación de la investigación científica española, la innovación tecnológica en el exterior y la potenciación de los intercambios entre los países. Además, se difunde la labor de los historiadores y los avances que se producen en el sector de las ciencias sociales en lengua española para poder mantener una presencia activa y permanente en el debate histórico a nivel global. En el área de la música y las artes escénicas se tiene como meta la difusión del conocimiento especializado de la creación contemporánea hispana en los países donde están ubicados los centros del Instituto Cervantes, el fomento de la colaboración de los centros con los festivales, los espacios escénicos y otras estructuras relevantes para la difusión de los espectáculos de teatro, música y danza. Además se favorece a que los centros elaboren programaciones estables y ciclos bien definidos en esta área.⁵⁰

En el sector de la enseñanza del español, uno de los objetivos fundamentales es la adaptación permanente de los métodos didácticos a las necesidades cambiantes de los alumnos. Además, se pone mucha atención al desarrollo de métodos didácticos específicos para la enseñanza del español como lengua extranjera. Aparte de eso, una de las prioridades dentro del marco metodológico de la tecnología educativa es la evaluación de la eficacia de las tecnologías de la información y de la comunicación aplicadas a la enseñanza de la lengua española como lengua extranjera.⁵¹ El “Plan Curricular del Instituto Cervantes” desarrolla y fija los niveles de referencia para el dominio del español según las recomendaciones que propuso el Consejo de Europa en el año 2001. Significa que esta publicación incluye descripciones del material lingüístico, cultural y de aprendizaje necesarios para realizar las actividades comunicativas de la lengua, descritas en cada uno de los seis niveles del Marco común europeo de referencia. Es el documento de referencia para los docentes de los numerosos centros Cervantes en el

⁵⁰ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 267-271

⁵¹ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 288

mundo, pero también representa una gran ayuda a todos los otros profesionales relacionados con la enseñanza del español como lengua extranjera. Por el momento ninguna otra lengua europea cuenta con tal plan que sistematice la enseñanza de la lengua a los hablantes no nativos. Por eso, el español dispone del nivel más avanzado en la descripción y en el análisis del material lingüístico para el estudio del idioma.⁵²

En el contexto de la enseñanza además es importante mencionar que desde el año 2002 el Instituto Cervantes dispone de una gran red de Centros Acreditados (si están en España) y Asociados (si están fuera de España). Esto significa que la calidad de la enseñanza del español en estos centros está reconocida expresamente por el Instituto Cervantes, es decir, dichos centros cumplen los criterios del sistema de acreditación de centros de español del Instituto Cervantes. Entretanto, se trata de una red internacional de más de ciento cuarenta centros de enseñanza de español en cerca de veinte países de Europa, América y Asia, que son tanto públicos como privados. Es la única acreditación de calidad que existe en la enseñanza del español en el mundo.⁵³ Con regularidad, el Instituto Cervantes comprueba el mantenimiento de la calidad de la enseñanza en los centros mediante inspecciones periódicas. Con eso se puede garantizar los más altos estándares de los servicios ofrecidos, tanto a nivel educativo como profesional, y de los requisitos y las condiciones establecidas ante la comunidad internacional.⁵⁴

En el sector de la tecnología lingüística vale mencionar un interesante organismo que pertenece al Instituto Cervantes: la Oficina del Español en la Sociedad de la Información (OESI), que desde el año 2000 se ocupa especialmente de las actividades de la difusión y promoción de la tecnología lingüística en lengua española. En este contexto la oficina intenta estimular el crecimiento de este sector y potenciar la labor científica y empresarial de dicho campo. Estimula la investigación, el desarrollo y la promoción de la Ingeniería Lingüística en español (como por ejemplo la traducción automática de páginas web) colaborando con las grandes empresas, grupos de investigación y universidades españolas del sector de las Tecnologías Lingüísticas.⁵⁵

Todo lo expuesto demuestra que el Instituto Cervantes trabaja intensamente en la extensión de las redes de colaboración con todo tipo de organizaciones, instituciones y empresas públicas o

⁵² cf. http://www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/aprender_espanol/plan_curricular_instituto_cervantes.htm [07.06.2011]

⁵³ cf. http://www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/portales_espanol/centros_asociados_cervantes.htm [23.05.2011]; <http://centrosasociados.cervantes.es/> [23.05.2011]

⁵⁴ cf. Instituto Cervantes 2008: 887

⁵⁵ cf. <http://oesi.cervantes.es/> [08.06.2011]

privadas que pueden ser útiles en la difusión cultural y lingüística y que apoyan la labor del Instituto. En relación con eso y por último, cabe aún mencionar el “Círculo de Amigos del Instituto Cervantes”, que es un órgano integrante del Instituto y que se ocupa de la creación de alianzas estratégicas estables para aportar recursos económicos y mayor visibilidad a la institución y a las empresas. El Círculo quiere contribuir también a una mejora en el posicionamiento de las empresas españolas en el mundo. En suma, se puede decir que establece relaciones que resultan de beneficio mutuo para todos los que entienden la lengua española y la cultura hispana en el mundo.⁵⁶

En relación con la colaboración interinstitucional es aún importante añadir que en sus centros, el Instituto Cervantes frecuentemente aloja programaciones organizadas desde otras instituciones hispánicas que requieren un apoyo material y logístico, el cual el Instituto Cervantes está en condiciones de aportarles.⁵⁷

Por todo eso, según el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, el Instituto Cervantes no es sólo un instrumento para la enseñanza de la lengua y de la cultura hispana, sino que es también un lugar de diálogo, de intercambio de ideas, de encuentro entre culturas y de cooperación.⁵⁸

*“Sin el Instituto Cervantes, la lengua y la cultura hispánicas vivirían una madurez incompleta. Donde quiera vayamos, el español nos sigue con la luz del Cervantes. Los amantes de la secular cultura hispana somos lo que son nuestros libros, nuestra música, nuestro cine. Tanto en Chicago como en Tokio, la herencia reflejada en las casas del Cervantes fortalece nuestra identidad y nos recuerda que venimos o soñamos con una misma tierra. Tomás Eloy Martínez, escritor”*⁵⁹

4.1.2 El Ministerio de Cultura de España

Este ministerio comparte con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación las principales competencias del gobierno respecto a las relaciones culturales exteriores. Se le creó mediante el Real Decreto 553/2004 con el cual se le atribuyó las competencias que en las legislaturas anteriores había desempeñado la Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Este Ministerio de Cultura tiene la meta de impulsar las acciones de cooperación cultural y las relaciones internacionales en materia de cultura, todo

⁵⁶ cf. www.circolocervantes.es [31.05.2011]

⁵⁷ cf. Moreno Fernández 2010: “El tratamiento de las variedades del español en el Instituto Cervantes”, en prensa

⁵⁸ cf. Instituto Cervantes 2008: 851

⁵⁹ Instituto Cervantes Anuario 2009: 292

eso en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.⁶⁰ En particular, entre los objetivos planeados se encuentran el fortalecimiento y la internacionalización de las industrias culturales, la difusión de la cultura y lengua española en el exterior, la promoción de la diversidad cultural y la difusión de las otras lenguas cooficiales de España. Además se contribuye a fortalecer la calidad de la oferta turística para hacer a España más competitiva en este campo. En general, su marco de actuación se define por la colaboración institucional y la cooperación internacional.⁶¹ Respecto a eso, colabora con entidades públicas y privadas en proyectos concretos o en su actividad permanente. En detalle, se ocupa de la creación, del fomento, de la promoción y gestión de programas relacionados con la difusión de la cultura española (música, danza, teatro, cine, etc.). En este contexto, concede, por ejemplo, ayudas a la producción y distribución cinematográfica y favorece la participación en festivales y otras manifestaciones cinematográficas.⁶²

4.1.3 El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación

Dicho ministerio es el órgano de la Administración General del Estado. En esta función planifica, dirige, ejecuta y evalúa la Política Exterior del Estado e intensifica las relaciones con otras naciones y organizaciones internacionales. Además fomenta las relaciones culturales, científicas y económicas internacionalmente y dirige la Política de Cooperación Internacional para el Desarrollo. En muchísimos asuntos puede recurrir al apoyo de los Secretarios de Estado, de la Dirección General de Comunicación Exterior, de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y del Instituto Cervantes.⁶³ Su principal objetivo es la concertación y potenciación de las relaciones con otros estados y organizaciones internacionales y la defensa de los intereses de España. La Secretaría de Estado para la Unión Europea asiste al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación en la formulación y ejecución de la política exterior de España en la Unión Europea.⁶⁴ En relación con su política exterior aún es importante mencionar que ofrece un interesante servicio de información acerca de España que se llama “Sí España” y que pone a disposición informaciones sobre la

⁶⁰ cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁶¹ cf. Ministerio de Cultura: *Descripción general de los objetivos del sector*, www.sgpg.pap.meh.es, ver link completo en la bibliografía [05.05.2011]

⁶² cf. <http://www.mcu.es/lineasActuacion/LineasActuacion.html> [12.05.2011]

⁶³ cf. <http://www.maec.es/es/MenuPpal/Ministerio/Paginas/ministerio.aspx> [26.05.2011]

⁶⁴ cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

sociedad, la geografía, la historia, la lengua, las manifestaciones culturales y las acciones de la política exterior.⁶⁵

4.1.4 La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

Esta agencia, que fue creada en 1988, se destaca por su amplia labor desarrollada en el ámbito de la difusión internacional de la lengua española. Para fundar la AECID se integraron diversos organismos autónomos y otras unidades orgánicas del entonces Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Quedó adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores, pero con carácter jurídico público diferenciado y con autonomía funcional y de gestión. Cuando se creó el Instituto Cervantes en el año 1991, se decidió que el Cervantes asuma la labor lingüística y cultural en países donde el español no es lengua oficial y que la AECID mantenga su red cultural en Latinoamérica y coordine la tarea que desarrolla la red de embajadas en todo el mundo. Hoy la AECID realiza un muy complejo plan de acciones estratégicas para complementar a través de iniciativas enfocadas en la cooperación al desarrollo, la gestión del gobierno de España en la promoción y difusión del español y de su cultura. Por su implantación internacional y por los recursos humanos y materiales es uno de los actores más potentes de España en la difusión de la lengua y cultura española. En la actualidad, la AECID invierte 160 millones de euros al año en la promoción lingüística y cultural del español y en la cooperación cultural con países en desarrollo. Dispone de una red propia de centros culturales y de formación, de una red de embajadas, de convenios con otras instituciones como el Instituto Cervantes y de organismos multilaterales, como por ejemplo aportaciones económicas muy importantes a la UNESCO, la OEI (Organización de Países Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura) y la SEGIB (Secretaría General Iberoamericana). Sus objetivos fundamentales son la contribución al crecimiento económico y al progreso social, cultural, político e institucional de los países en vías de desarrollo, la fomentación de la cooperación cultural y científica de España con otros países y la aseguración de la concertación de las políticas correspondientes. Asimismo, la AECID se ocupa de la organización de programas y proyectos de cooperación para el desarrollo en los campos de lo económico, social, cultural, educativo, científico y técnico. Con esta política lingüística y cultural insistente, además quiere difundir una imagen positiva y dinámica de España y de los otros países hispanohablantes en el exterior. Por eso se ocupa también del fomento de la presencia española en bienales internacionales, conmemoraciones, festivales y

⁶⁵ cf. Arrarte/Villapadierna 2001: 19

convocatorias. Aparte se empeña por la promoción universal de la enseñanza, del estudio y del uso de la lengua española. Para lograr estos fines polifacéticos la AECID recurre a instrumentos múltiples, entre los cuales se encuentran programas de becas, un programa de lectorados, convenios con otras instituciones (entre los cuales el convenio más relevante es el firmado con el Instituto Cervantes en 1997), subvenciones, etc. La Dirección de Relaciones Culturales y Científicas, que es uno de los servicios centrales en la sede de Madrid, se destaca por su labor a favor de la promoción de la lengua española mediante las Bibliotecas Hispánicas e Islámicas, la Filmoteca de Exteriores y el Servicio de Publicaciones. En este contexto, sobre todo las Bibliotecas llaman la atención por su labor importante en la difusión de la investigación en lengua española y por su programa de intercambio de libros y revistas (como *Cuadernos Hispanoamericanos* y *Pensamiento Iberoamericano*). Además la AECID contribuye significativamente a diferentes programas que promueven la coproducción, el intercambio y la muestra de películas iberoamericanas, las giras de grupos teatrales y el fomento de la lectura.⁶⁶ La AECID dispone de cuarenta y cuatro oficinas técnicas de cooperación para la gestión de los proyectos, quince centros culturales y seis centros de formación en el exterior. Estos centros están situados en países socios con los que la Agencia tiene una relación intensa de cooperación.⁶⁷

4.1.5 El Ministerio de Educación y Ciencia

La acción cultural exterior de este ministerio se basa en la potenciación y ampliación de la presencia española a nivel internacional mediante la cooperación con otros países en el sector pedagógico y lingüístico. Por lo tanto, las funciones principales del MEC son la promoción e implantación de la lengua y cultura española, el mejoramiento de los sistemas educativos, especialmente en los países del Tercer Mundo, el alivio de asistencia científico-técnica en países menos desarrollados, particularmente en América Latina, y la aseguración de la presencia española en organizaciones educativas internacionales.⁶⁸ La promoción de la enseñanza de la lengua y cultura española en el exterior es una de las prioridades de las iniciativas educativas en el exterior. Por eso el Ministerio de Educación de España brinda un amplio programa de formación centrado en la así llamada “enseñanza del español como lengua extranjera (ELE)”. Para este fin se colabora con universidades de España y del extranjero en la elaboración de los programas de los cursos. Asimismo, la red del ministerio

⁶⁶ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 12, 145-161

⁶⁷ cf. <http://www.aecid.es/web/es> [24.05.2011]

⁶⁸ cf. Sanz Luque 2006: *¿Es posible evaluar la política cultural exterior como una política pública?*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [12.03.2011]

organiza actividades dirigidas especialmente a la comunidad educativa en el correspondiente país para promover la ELE. Mediante los centros de recursos en el exterior se quiere apoyar la enseñanza de la lengua pero también de la cultura española. En estos centros se ofrecen materiales didácticos, colecciones de libros, se organizan seminarios, talleres y grupos de trabajo sobre la temática de la enseñanza del español y su cultura. Además, dicho ministerio concede una serie de becas y otras ayudas a la movilidad de estudiantes y profesores de español.⁶⁹

El sector público tiene un papel esencial en la promoción de la enseñanza de ELE (Español como lengua extranjera), como por ejemplo el Gobierno Central con los Ministerios de Educación, Cultura, Ciencia e Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Pero incrementa también el apoyo de los ayuntamientos y gobiernos autonómicos a través de las Escuelas Oficiales de Idiomas y las universidades públicas, ya sea en el desarrollo y/o en el diseño de las políticas de promoción de ELE. Es importante reforzar el atractivo del estudio del español y también la imagen de España y de los otros países hispanohablantes como destino para el aprendizaje de ELE. A la promoción de las enseñanzas de ELE y de los otros servicios educativos en español en el extranjero contribuye el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y también la Secretaría General de Turismo tiene actuaciones de apoyo al turismo cultural e idiomático. Por supuesto, destaca la labor del Instituto Cervantes en este campo, que cuenta con la más importante red de ELE en el extranjero y que ofrece a sus alumnos muchísima información sobre el estudio de ELE. Además crea estándares de calidad y ofrece diplomas que permiten certificar los conocimientos del español.⁷⁰

4.1.6 El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

La competencia de este ministerio es el desarrollo y la innovación industrial, la política comercial, energética y minera, la política de turismo, de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información.⁷¹ En relación con la temática de mi trabajo escrito, de interés principal de dicho ministerio es la difusión exterior de la cultura española mediante la promoción turística y la recogida de información sobre tendencias en el turismo. En esta función cuenta con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, de la

⁶⁹ cf. <http://www.educacion.gob.es/portada.html> [24.05.2011]

⁷⁰ cf. Instituto Cervantes 2010: 197-200

⁷¹ cf. <http://www.mityc.es/es-ES/ElMinisterio/Paginas/ElMinisterio.aspx> [24.05.2011]

Subdirección General de Calidad e Innovación Turística y del Instituto de Estudios Turísticos, así como del Instituto Español de Comercio Exterior, cuya labor explico a continuación.⁷²

4.1.7 El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

El ICEX es un organismo dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y tiene entre sus objetivos principales el fomento de la internacionalización de las empresas españolas a través de la colaboración activa con el mundo empresarial español y con las asociaciones que lo representan. Pretende mejorar la competitividad internacional de las empresas culturales, dando una especial relevancia a las acciones de imagen, es decir, a la imagen de los bienes, servicios y marcas españolas.⁷³ En la función de la prestación de servicios a las empresas españolas para impulsar y facilitar su proyección internacional, se llevan a cabo diferentes actividades como por ejemplo el impulso de proyectos de inversión, la implantación industrial o cooperación empresarial en mercados exteriores, la difusión de información sobre la oferta de productos españoles y la realización continua de estudios de mercado e informes sobre el potencial comercial de la lengua española.⁷⁴ Dispone de una red de 31 Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio en España, casi cien Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior y trece Centros de Negocios también en el extranjero, que ayudan a las empresas españolas a internacionalizarse, o sea a implantarse en mercados exteriores.⁷⁵

En el año 2007 el ICEX puso en marcha el “*Plan de Apoyo a la Internacionalización de las Industrias Culturales*”. Desde aquel momento el Instituto lleva una política de apoyo a la gestión internacional de las empresas culturales, tanto del sector de la música, del cine, de la televisión, de la literatura y de los servicios educativos. Busca siempre la máxima cooperación a nivel institucional y el respaldo empresarial y asociativo.⁷⁶ Se quiere utilizar las industrias

⁷² cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁷³ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 83-87, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁷⁴ cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁷⁵ cf. http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5593051_5711547_0_0_-1,00.html [18.05.2011]

⁷⁶ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

culturales para crear una imagen-país y para desarrollar entornos de afinidad en los mercados exteriores.⁷⁷

Para poner un ejemplo específico de la actividad del ICEX, se puede mencionar una especial estrategia promocional en el sector editorial que tiene como meta la diversificación de actividades hacia mercados no hispanos a través del aumento de la presencia española en ferias como la de Frankfurt, Londres, Bolonia, Río de Janeiro, Pekín y Tokio.⁷⁸

4.1.8 La Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior (SEACEX)

Esta sociedad es una institución pública que fue creada por acuerdo del Consejo de Ministerios en el año 2000 con el fin de preparar, organizar, administrar y celebrar determinadas exposiciones internacionales y actividades conexas a estas. Con esto, la SEACEX contribuye también a la proyección cultural de España en el extranjero.⁷⁹ La SEACEX, cuyo lema es “*Trabajamos para que la cultura española dé la vuelta al mundo*”, es una organización pública para la promoción de la realidad cultural de España. Colabora con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y con el Ministerio de Cultura. Sus objetivos fundamentales son la mejora del posicionamiento de la cultura española en el extranjero y al mismo tiempo quiere aumentar la presencia de las creaciones españolas contemporáneas en el mundo.⁸⁰

Sólo hace poco, el 10 de marzo de 2011, se publicó que se habían juntado la SEACEX con la SECC (Sociedad Estatal de Conmemoraciones culturales) y la SEEI (Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales) bajo el nombre de Acción Cultural Española (AC/E). Según la nueva directora, Charo Otegui, los objetivos son más o menos los de antes, es decir, promocionar y difundir las diferentes realidades españolas dentro y fuera de España, planificar proyectos de las varias instituciones y comunidades autónomas y promover proyectos que impliquen a creadores, científicos e industriales culturales, siguiendo los propósitos del *Plan de Acción Cultural Exterior*, el cual se tratará en el punto que sigue. La programación a lo largo del año 2011 incluye más de 65 exposiciones en diferentes ciudades en un total de 34 países de todo el mundo. También se quiere hacer hincapié en la promoción

⁷⁷ cf. ICEX 2009: *Plan de Apoyo a la Internacionalización de las Industrias Culturales*, <http://intranet.ivex.es>, ver link completo en la bibliografía [11.05.2011]

⁷⁸ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 94, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁷⁹ cf. Real Instituto Elcano 2005: *Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

⁸⁰ cf. <http://www.seacex.es/Spanish/About/Paginas/default.aspx> [24.05.2011]

de la ciencia española participando en diferentes exposiciones mundiales, porque según la directora “la ciencia es cultura”.⁸¹

4.1.9 El Plan Nacional de Acción Cultural Exterior

La internacionalización de la cultura española y la difusión del español, principales retos del Plan Nacional de Acción Cultural Exterior, Madrid – 06.04.2011

La ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Trinidad Jiménez, y la ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde, han presentado en el Instituto Cervantes el Plan Nacional de Acción Cultural Exterior. Se trata del primer proyecto estratégico para promocionar internacionalmente y de forma coordinada por parte de las Administraciones Públicas las industrias culturales y creativas de España, y al que se sumará el sector privado.

En el acto de presentación han participado la directora del Instituto Cervantes, Carmen Caffarel, y la presidenta de Acción Cultural Española, Charo Otegui, las otras dos instituciones que participan en el proyecto.

Los objetivos del Plan son reforzar la marca España mediante la internacionalización de nuestra cultura e industrias culturales, potenciar la difusión del español y de las lenguas cooficiales, estar presente de forma sistemática en los acontecimientos de mayor relevancia, promover la cooperación cultural como elemento clave de la cooperación al desarrollo y promocionar el turismo cultural.

Habrán estrategias de carácter regional y sectorial. En las estrategias regionales, cuya dirección asumirá el Ministerio de Asuntos Exteriores, se dará prioridad a las acciones en Europa, Estados Unidos, Iberoamérica y los países del Mediterráneo, que constituyen las zonas del mundo con mayor interés para España. También se fomentará la presencia en regiones que ofrecen grandes expectativas para nuestra lengua y cultura, como Asia y África subsahariana.

En cuanto a las estrategias sectoriales, bajo la dirección del Ministerio de Cultura, el Plan establece un programa conjunto con los distintos sectores de las industrias culturales y creativas. Se elaborará con cada uno de ellos – sector audiovisual, editorial, artes escénicas, etc.– un plan específico para promover su proyección exterior.

Ambas estrategias permitirán establecer redes entre nuestro sector cultural y el local que sirvan para promover los intercambios, fomentar la presencia de nuestras industrias culturales y creativas, así como favorecer un mejor conocimiento de la realidad española actual. Deberán quedar aprobadas a lo largo de 2011.

La promoción del español forma también parte destacada del Plan a través de las actuaciones del Instituto Cervantes –que difunde además la cultura en español y las lenguas cooficiales del Estado– y la colaboración del Ministerio de Educación.

Apartado específico merece la política de cultura y desarrollo, que continuará centrándose en los países receptores de ayuda oficial. Los ministerios de Cultura y de Asuntos Exteriores y de Cooperación elaborarán planes estratégicos regionales, que integrarán las prioridades políticas, sectoriales y de cooperación al desarrollo.

El Plan nace del convenio suscrito el 19 de noviembre de 2009 por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y el Ministerio de Cultura para poner en marcha una estrategia coordinada de diplomacia pública con el fin de promover la cultura española en el exterior. La creación de la sociedad estatal Acción Cultural Española a partir de la fusión de las tres preexistentes ha sido uno de los primeros pasos.

El principio que impulsa el Plan es que España tiene en las industrias del conocimiento (lengua, cultura e industrias creativas y culturales) extraordinarios activos del llamado 'poder blando' que deben potenciarse por parte de nuestra política exterior. El Plan racionaliza la arquitectura institucional de la acción cultural de España en el extranjero y establece las estrategias y objetivos que a partir de ahora presidirán las actuaciones.

⁸¹ cf. ver artículo “*Nace AC/E, la marca oficial para vender la cultura de España*” del 10 de marzo de 2011, en: www.elpais.com, ver link completo en la bibliografía [25.05.2011]

El Plan crea el Consejo de Acción Cultural Exterior, presidido por las ministras de Asuntos Exteriores y de Cultura, que establecerá las directrices y criterios de actuación. Habrá también una Secretaría Permanente y un Grupo de Trabajo de Acción Cultural Exterior que se reunirá mensualmente. La coordinación se completará con grupos de trabajo en cada una de las embajadas españolas.⁸²

4.1.10 La Asociación para la Difusión del Español y la Cultura Hispánica (ADES)

En este caso se trata de una pequeña organización sin ánimo de lucro, situada en Madrid, que se dedica exclusivamente, como ya dice el nombre, a promover y difundir la lengua y cultura de los países hispanohablantes en el extranjero. Existe desde el año 1997 y fue creada en el contexto de colaboración entre la Unión Europea y el ya no existente INEM (Instituto Nacional de Empleo), los cuales intentaron promover las lenguas y culturas de los países miembros. Hasta ahora, la asociación ha organizado varios proyectos culturales con el apoyo de otros organismos como el Instituto Cervantes, poniendo también cierto énfasis en el fortalecimiento del desarrollo social, económico y cultural de los hispanohablantes. Por ejemplo, en colaboración con la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica creó algunos Centros de Acceso Público de Internet. Aparte de España e Hispanoamérica, la asociación se concentra principalmente en Andorra, Guinea Ecuatorial, Filipinas y Gibraltar. En estos países colabora con organizaciones públicas y privadas en la realización de los proyectos culturales. Además ofrece cursos de español, que corresponden a las directrices del Instituto Cervantes, y trabaja fuertemente en la elaboración de adecuados materiales didácticos para la enseñanza del idioma. Con regularidad publican su propia revista en forma digital, en cuya redacción colaboran conocidos escritores y lingüistas de España e Hispanoamérica. En la página web de esta institución se halla una bolsa de trabajo, mediante la cual los profesionales de la enseñanza de español pueden buscar un puesto de trabajo.⁸³

4.1.11 La Asociación Internacional de Hispanistas

Esta organización sin ánimo de lucro fue fundada en Oxford en 1962 y tiene como objetivo principal la promoción del estudio, de la enseñanza de las lenguas y de la variada literatura hispánica. Además, se ocupa intensivamente de la promoción investigativa en el campo de los estudios hispánicos, fomentando el intercambio de ideas y de métodos entre los

⁸²

<http://www.laregioninternacional.com/noticia/93856/carmen/caffarel/asuntos/exteriores/trinidad/jimenez/gonzalez/sinde/promocion/espanol/> [06.04.2011]

⁸³ cf. http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/10/10_0437.pdf [30.06.2011];

<http://www.educaweb.com/centro/asociacion-difusion-espanol-cultura-hispanica-ades-madrid-12228/> [01.07.2011]

colaboradores. Dispone de más de 1400 socios en distintos países de todo el mundo que se encuentran regularmente en congresos y seminarios. Con el apoyo de la Fundación Duques de Soria⁸⁴ cada año se publican el Boletín bibliográfico, en el cual se informan sobre las actividades académicas de los hispanismos relacionadas con la lengua y cultura hispánica del año presente, así como se anuncian los proyectos del año siguiente. La intención general de todo eso es también transmitir a los no hispanófonos en el mundo un mejor conocimiento y una mayor estima de lo hispánico. Así los hispanistas contribuyen a la construcción y difusión de una renovada imagen de España e Hispanoamérica en el planeta.⁸⁵

4.1.12 La Asociación de Academias de la Lengua Española

Esta asociación ya fue fundada en el año 1951 en México, cuando el presidente de entonces Miguel Alemán convocó el *I Congreso de Academias de Lengua Española*. Durante este congreso se decidió crear la Asociación de Academias. Por el momento consiste en las veintidós Academias de la Lengua Española que existen en el mundo. Su Comisión Permanente está situada en Madrid y encabezada por el director de la RAE. Su objetivo principal es trabajar conjuntamente para la defensa, unidad, integridad y el crecimiento del español. En este sentido las funciones prioritarias de las Academias de la Lengua en el momento de su creación consistían en la elaboración, difusión y actualización de los tres grandes códigos normativos de una lengua que son la ortografía, el diccionario y la gramática. Pero en estos días, las Academias se concentran principalmente en el mantenimiento de la unidad básica del idioma reconociendo sus variantes regionales sin obstinarse en la pureza de la lengua. En este contexto la organización se destaca principalmente por su política panhispánica, cuyo fruto es, entre otras cosas, el nuevo *Diccionario panhispánico de dudas* del año 2005, en el cual se muestran las características actuales del español de todos los países que integran la hispanofonía. En 1960 en Bogotá, durante el transcurso del *II Congreso de Academias*, surgió por primera vez la idea de erigir el Premio Cervantes, el “Premio Nobel” de las letras hispánicas. En la actualidad, cada año las academias nombran los candidatos, cuya obra ha contribuido notablemente al enriquecimiento del patrimonio literario en lengua española. A continuación, el Ministerio de Cultura de España concede este premio al día de la muerte de Cervantes, el 23 de abril, en Alcalá de Henares, el lugar de nacimiento de Miguel

⁸⁴ Esta institución fue creada en 1989 por iniciativa y bajo la Presidencia de Honor de S.A.R. la Infanta Doña Margarita de Borbón y el Excmo. Sr. Don Carlos Zurita. Su objetivo principal es colaborar con el Hispanismo Internacional y con las universidades en la difusión y el estudio de la cultura española, entendida en su sentido más amplio y no restringida al ámbito de las Humanidades o las Bellas Artes. Apoya el Instituto Cervantes, la Asociación Internacional de Hispanistas y la Real Academia Española. Para obtener más información ver www.fds.es.

⁸⁵ cf. <http://asociacioninternacionaldehispanistas.org/> [03.07.2011]

de Cervantes.⁸⁶ Es un premio conocido en todo el mundo y aunque la institución no contribuye significativamente a la difusión internacional de la lengua española en el sentido estricto, gestiona proyectos que ayudan a dar un cierto prestigio y una cierta popularidad al idioma, como por ejemplo con el mencionado “Premio Nobel” de las letras hispánicas.

4.1.13 La Asociación para la enseñanza del español como lengua extranjera (ASELE)

Esta institución está situada en Logroño en La Rioja y existe ya desde el año 1987. Se trata de una asociación internacional de profesores de español como lengua extranjera de todos los cinco continentes, que por un lado intercambian información y experiencia, y por otro lado promueven la enseñanza de la lengua española en todo el mundo. Por este motivo organizan reuniones científicas, fomentan la investigación, publican un boletín semestral, revistas y libros relacionados con las innovaciones en la enseñanza del español como lengua extranjera o segunda lengua. Cada año la Asociación celebra un Congreso Internacional en el cual se discuten temas actuales de la enseñanza. El próximo congreso se organizará en la Universidad de Valladolid en septiembre de 2011 con el tema de interés actual “La Red y sus aplicaciones en la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera”. Además, esta institución anualmente concede los Premios de Investigación para tesis relacionadas con el tema de la enseñanza del español como L2 o LE.⁸⁷

⁸⁶ cf. <http://www.asale.org/> [04.07.2011]; Lebsanft 1997: 25

⁸⁷ cf. <http://www.aselered.org/> [02.07.2011]

4.2 Estudio empírico II: Los factores implícitos de la difusión de la lengua y cultura española

“[...] cada lengua refleja una visión del mundo y una cultura particulares, que traducen la forma en que una comunidad lingüística ha resuelto los problemas que ha podido encontrar en su relación con el mundo y en su comprensión del universo que le rodea. De este modo, toda lengua es el medio de expresión del patrimonio cultural inmaterial de un pueblo [...]. Cuando una lengua muere y desaparece, lo hace un aspecto irremplazable de nuestro conocimiento y de nuestra comprensión del pensamiento humano y de las diferentes visiones del mundo que se pierden para siempre.”⁸⁸

Los beneficios de una lengua están asociados a su triple función como mecanismo de comunicación, soporte del pensamiento y de la creación y como transmisor de marcadores de estatus y de referentes de identidad. Las acciones de políticas públicas sólo serán eficaces si operan sobre estos factores de interés mencionados, dado que condicionan la conducta de los individuos.⁸⁹

Por lo tanto, en este segundo estudio empírico se analizan los parámetros extralingüísticos que contribuyen a la gran popularidad y atracción del español por parte de los no hispanohablantes. En relación con esto, esta parte del trabajo se ocupa principalmente de las industrias culturales del español, bajo las cuales, entre otros, se encuentran por ejemplo el sector editorial, audiovisual, musical y educativo. Estas industrias culturales de la lengua española viven un proceso continuo de internacionalización. Tienen una gran capacidad para crear imagen-país y aparte de eso, inducen a decisiones de compra y desarrollan entornos de afinidad en los mercados exteriores.⁹⁰ Sin embargo, durante la exposición de los siguientes capítulos se indican también las carencias y los problemas de la lengua española en algunos de los sectores, ofreciendo a continuación varias estrategias para su mejoramiento.

Cuanto más prestigiosa sea una comunidad, mayor será el interés por conocer su lengua y viceversa. El estatus de una lengua depende del vigor cultural (es decir de la creación cultural), de la capacidad científica y tecnológica, del prestigio institucional y del potencial económico de la sociedad que la sustenta. Significa que el interés por el idioma se incrementa cuando hay logros en cualquiera de esos ámbitos. Además hay valores antiguos y actuales

⁸⁸ Moreno Cabrera 2000: 216

⁸⁹ cf. Instituto Cervantes 2010: 38

⁹⁰ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 73, 84, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

vinculados con “lo hispánico”, que juegan también un importante papel en el reconocimiento internacional de un idioma.⁹¹

En este contexto el Rey Don Juan Carlos I escribe en el prólogo del Anuario 2006/2007 del Instituto Cervantes:

*“El español contribuye, además, a reforzar en la escena internacional la presencia cultural, social, económica y política de los más de 400 millones de personas que lo hablan y escriben como lengua materna. Su amplísima difusión facilita nuestra participación activa en los asuntos mundiales y representa una invitación permanente a que nos conozcan mejor.”*⁹²

El español tiene un papel fundamental en el proceso de creación y difusión de los bienes culturales de los países hispanohablantes. El sector de la cultura de un país, es decir, las creaciones de las bellas artes y de las humanidades, en todo caso tiene un valor simbólico y estético. Así la cultura representa una parte relevante de la actividad económica de un país. Sin embargo, el valor simbólico de la cultura, en general, es más importante que su valor utilitario y económico. De esto se deduce que la lengua en que se expresa dicha cultura es fundamental en esta actividad. Entre estos sectores culturales figuran sobre todo las artes escénicas (teatro, danza, ópera), las artes plásticas (pintura, escultura y fotografía), la música, el cine, la televisión, la radio, los libros, la prensa, las revistas, la enseñanza del idioma, el turismo idiomático/cultural, la publicidad, la arquitectura, el diseño (muebles, moda, joyas, etc.) y algunos otros. La difusión del español en todo el mundo y en muchos continentes posibilita y facilita la difusión de los bienes culturales producidos en los países hispanohablantes. Tanto las nuevas tecnologías (como la red) como la creciente difusión del español en el mundo enriquecen la cultura y fomentan su difusión. Es decir, la globalización y las nuevas tecnologías afectan de forma muy importante a las industrias culturales, cuyos contenidos alcanzan así una difusión mundial. Entre la comunidad hispanohablante, pero también entre las personas que usan el español como segunda lengua, la expansión internacional del idioma favorece la internacionalización de las culturas en español. En concreto se puede decir que el idioma de un país es una parte central, o sea “la materia prima” en la creación y difusión de la mayor parte de las actividades culturales. Es el vehículo en que se expresa y difunde. En este contexto se puede distinguir por un lado las industrias culturales en las que la lengua es importante (o incluso no podrían existir sin el lenguaje) como la música, la televisión, la radio, el cine, el teatro, la prensa en general y el turismo idiomático, y

⁹¹ Instituto Cervantes 2010: 43

⁹² Instituto Cervantes 2008: 13

por otro lado, las industrias culturales en las que la lengua no es (tan) importante como por ejemplo en las artes plásticas (arquitectura, pintura, escultura).⁹³

En la actualidad, la cultura en lengua española dispone de una inmensa audiencia global. Los países hispanohablantes cuentan con una gran riqueza artística, no sólo en virtud de su historia cultural, sino también gracias a la inmensa vida cultural y artística de hoy en día. En muchísimos países la cultura española está reconocida, sobre todo en el ámbito intelectual, por la grandeza de sus escritores y artistas. En relación con la importancia de la cultura para un país y para su idioma, el Presidente del Gobierno Español, José Luis Rodríguez Zapatero, escribe en el Anuario 2006-2007 del Instituto Cervantes:

*“La lengua y la cultura forman parte del patrimonio más esencial de un país, en el que reside su identidad más íntima, pero también el que utilizamos para construir el mundo de valores y de significados que queremos compartir con otras culturas. La lengua de nuestros antepasados, la misma con la que se escribieron a lo largo de los siglos el Quijote, Poeta en Nueva York o Cien años de soledad, ha alcanzado un protagonismo cultural y económico en todo el mundo inimaginable hace apenas unos años. [...] la cultura española ha demostrado en numerosos ámbitos su creatividad, su riqueza y su vocación universal.”*⁹⁴

El lingüista Francisco Marcos-Marín y el sociólogo español Amando de Miguel citan en su ensayo *“Se habla español”* las siguientes razones por el gran interés cultural internacional en la lengua española. Según ellos, las principales razones culturales son el llamado boom de la novela latinoamericana, el gran desarrollo de un cine en coproducción, la próspera industria editorial, los contactos establecidos con los intelectuales latinoamericanos que habían huido de los regímenes dictatoriales y los intercambios musicales. Asimismo, en los últimos años se registra un creciente papel del español en las reuniones e instituciones internacionales.⁹⁵ Este último hecho voy a detallar en el capítulo 4.2.2.4 *“El estatus de la lengua española en las instituciones internacionales”* en la página 70.

4.2.1 Las industrias culturales en español

Como ya he expuesto antes, la cultura de un país tiene, en primer lugar, un gran valor estético y simbólico, que, en la mayoría de las veces, es más importante que su contenido material. La lengua del país juega un papel central en la creación y difusión de los bienes culturales y viceversa. Eso quiere decir que la presencia internacional de las culturas de los países

⁹³ cf. Instituto Cervantes 2010: 205-206, 215, 253

⁹⁴ Instituto Cervantes 2008: 15

⁹⁵ cf. Marcos-Marín 2009: 259

hispanohablantes es también muy importante para la lengua. El peso de su historia, el crecimiento en el uso del español, la irrupción de la moda española, la arquitectura, la diversidad cultural en todos los diferentes sectores son parámetros que posicionan los hispanohablantes, o sea “lo español”, en el panorama internacional. Aunque es difícil pensar en premios Nobel ligados a la ciencia en lengua española, pero sí que los hispanohablantes son capaces de dar grandísimos poetas, escritores, pintores o arquitectos de reconocimiento internacional. Todo eso contribuye a una imagen positiva de los países hispanohablantes, y automáticamente también de su lengua, que es portadora de algunos de estos sectores de la cultura.⁹⁶

Aunque la enseñanza de lenguas sea quizás el negocio más evidente que se puede hacer con una lengua, la industria lingüística no se queda ahí, es decir que se puede hacer mucho más comercio con un idioma de lo que parece a primera vista, como por ejemplo con las ya mencionadas industrias culturales.⁹⁷ En este contexto es importante aclarar que bajo el término “cultural” se tiene que entender el conjunto de actividades profesionales relacionadas con las artes, las ciencias y el pensamiento en general. A estos contenidos accede un público general o especializado, que puede ser del extranjero o no, hispanohablante o no.⁹⁸

Todo lo que será expuesto en los capítulos siguientes demostrará que en muchos países del mundo “lo español” está de moda (sobre todo en las ciudades de América y de Europa, pero también en Japón), por un lado debido a la música en lengua española, a la literatura, al cine español, a las series de ficción y por otro lado por la arquitectura, pintura y escultura surgidas en países hispanohablantes.⁹⁹

Por eso, a continuación, voy a exponer los sectores más significativos para la lengua española, es decir, los campos de la sociedad donde el español está muy valorado a escala mundial, mencionando también ambientes en los cuales hay una cierta necesidad de recuperar fuerza y un mejor posicionamiento.

4.2.1.1 El valor y el aprecio de la literatura en español

“Creo firmemente en la exportación internacional de la lengua como la mejor vía para dar a conocer la cultura en español. Una cultura que se contempla desde el exterior como compartida por todos los países de habla hispana, y prueba de ello

⁹⁶ cf. Instituto Cervantes 2008: 706

⁹⁷ cf. Lodaes 2001: 173

⁹⁸ cf. Instituto Cervantes 2008: 862

⁹⁹ cf. Instituto Cervantes 2008: 698

es que Cervantes, Borges u Octavio Paz son, por ejemplo, y ante todo para el lector, escritores en español, con independencia de su país de origen”¹⁰⁰

Quiero comenzar este capítulo con una interesante información sobre *Don Quijote de la Mancha* de Miguel de Cervantes. Se puede leer en la red que es el segundo libro más traducido del mundo después de la Biblia.¹⁰¹ Si se confía en esta afirmación, el aprecio de la literatura en lengua española y el genio de los escritores españoles son hechos indiscutibles.

¿Quién no ha oído o incluso leído alguna vez al apenas mencionado Miguel de Cervantes, a Quevedo, a Lope de Vega, a Federico García Lorca, a Góngora, a Calderón de la Barca, a Miguel de Unamuno, a Ramón María del Valle Inclán y a Gustavo Adolfo Bécquer?
(sólo para mencionar a algunas de las incontables personalidades famosas de la historia literaria de la Hispanofonia)

La presencia y el aprecio de la literatura en lengua española en todo el mundo es cada vez más creciente. Las relaciones económicas y culturales entre España, Latinoamérica y el resto del mundo y el fortalecimiento de la industria editorial benefician la amplia difusión de los libros y otras publicaciones en español. Ya los muchísimos premios y reconocimientos (como el Premio Nobel de Literatura o el Premio Miguel de Cervantes), que han ganado los escritores de lengua española en el ámbito internacional, demuestran la gran popularidad y el gran valor de la literatura española en el mundo. Entre los premiados del mundo hispanohablante con el Premio Mundial de Literatura se encuentran el español Juan Ramón Jiménez en 1956, el guatemalteco Miguel Ángel Asturias en 1967, el chileno Pablo Neruda en 1971, el español Vicente Aleixandre en 1977, el colombiano Gabriel García Márquez en 1982, el español Camilo José Cela en 1989, el mexicano Octavio Paz en 1990 y en 2010 el peruano Mario Vargas Llosa. La obra del colombiano Gabriel García Márquez, como también de los otros escritores y poetas, fue traducida a numerosos idiomas, lo cual contribuyó a difundir la literatura en español por todo el mundo. Según Ángel Grijelmo, Gabriel García Márquez ganó con sus novelas el título de escritor más fascinante de cuantos han empleado el idioma español en el siglo XX.¹⁰² Pero también otros escritores contemporáneos de lengua española son muy conocidos internacionalmente. Hasta mediados de los años sesenta en los grandes círculos literarios del mundo se leyeron a José Ortega y Gasset y Federico García Lorca y sólo un poco más tarde a Unamuno y Baroja o a los jóvenes Miguel Delibes, Ana María Matute y

¹⁰⁰ Carmen Calvo, ex-ministra de Cultura, en: Instituto Cervantes 2008: 850

¹⁰¹ cf. artículo “*La importancia del español*”, en: www.buenastareas.com, ver link completo en la bibliografía [01.02.2011]

¹⁰² cf. Grijelmo 1998: 25

Carmen Laforet. En el sector de la poesía destacan principalmente nombres como Rafael Alberti, Gonzalo Rojas, Juan Brossa, José Hierro, Álvaro Mutis, Ángel Crespo, Tomás Segovia, Juan Gelman, José Ángel Valente, Andrés Sánchez Robayna y varios otros. En cambio, en la narrativa se tiene que mencionar a Isabel Allende, a Jorge Semprún, a Carlos Fuentes, a Fernando Arrabal, a Sergio Pitol, a Rosa Regás, a Alfredo Bryce Echenique, al novelista y poeta Manuel Vázquez Montalbán, a Cristina Peri Rossi, a Julia Navarro, a Luis Sepúlveda, a Arturo Pérez-Reverte, a Antonio Muñoz Molina, a Almudena Grandes, a Julio Cortázar, a Carlos Ruiz Zafón y a muchísimos otros. Personalidades como Jorge Luis Borges, Luis Cernuda, Antonio Machado y Juan Rulfo gozan también de una gran reputación internacional y alcanzan un puesto muy destacado en las listas de los libros más vendidos.¹⁰³

En el sector de la literatura, la feria más importante en lengua española del mundo es la prestigiosa *Feria Internacional del Libro de Guadalajara*, que es en la actualidad el mayor evento editorial en español del mundo y el mayor mercado mundial de publicaciones en lengua española. Este acontecimiento cultural es muy conocido en todo el mundo y durante nueve días reúne a escritores, poetas, agentes literarios, traductores, bibliotecarios, libreros, académicos, intelectuales, casi 2000 casas editoriales de 40 países de todo el mundo y más de 600.000 visitantes cada año. Por todo esto se puede considerarlo como uno de los festivales culturales más importantes de la comunidad hispanohablante y un importante punto de encuentro para discusiones sobre la literatura y la cultura contemporánea. Cada año la feria tiene un país invitado de honor, que en otoño de 2011 será Alemania. De este país invitado se muestran las últimas novedades de su producción literaria nacional. Además, en la Feria del Libro se conceden varios premios y reconocimientos, como el Premio FIL de Literatura en Lenguas Romances o el Premio Sor Juana Inés de la Cruz.¹⁰⁴ En la feria del año 2010 uno de los temas principales era la fuerza actual y el prometedor futuro de la lengua española. Según Juan José Millas¹⁰⁵, la potencia del idioma viene de la diversidad, del respeto a lo diferente, porque la cultura nace de las diferencias y por lo tanto el monocultivo sería un desastre. Otra persona entrevistada durante las numerosas discusiones era Jorge Volpi¹⁰⁶, que resalta que la fuerza de la lengua española viene de su peso cultural, no del número de hablantes.¹⁰⁷

¹⁰³ cf. Instituto Cervantes 2008: 497-504; Grijelmo 1998: 25

¹⁰⁴ cf. <http://www.fil.com.mx/> [10.06.2011]

¹⁰⁵ Juan José Millas (*1946) es un escritor y periodista español

¹⁰⁶ Jorge Luis Volpi Escalante (*1968) es un escritor y filólogo mexicano

¹⁰⁷ cf. artículo “¿Es tan potente el español?” de Cruz/Ordaz en el periódico *El País* del 30 de noviembre de 2010

Además importante mencionar en relación con el reconocimiento y prestigio internacional de la literatura, en este caso de la poesía en lengua española, es el *Festival Internacional de Poesía de Medellín*, que en el año 1991 fue convocado por la revista *Prometeo* como respuesta a la violencia que había entre los narcotraficantes y el estado. Con este evento, los participantes querían demostrar mediante la poesía la libertad de pensamiento, de reunión y de expresión y el derecho de contradecir a la realidad de un estado autoritario. A causa del gran éxito de la primera convocatoria se tomó la decisión de celebrarlo anualmente con la participación de poetas de todo el mundo. Por consiguiente, desde el año 1993 la *Corporación de Arte y Poesía Prometeo*, una organización colombiana sin ánimo de lucro, se ocupa oficialmente de la organización del festival.¹⁰⁸

El mercado editorial en lengua española es el segundo más importante del mundo, detrás del inglés. La industria editorial española está fuertemente internacionalizada y tiene un importante volumen de exportaciones. En el año 2006 tres libros españoles ocuparon los primeros puestos en la lista de los libros más vendidos del mundo, publicada por el New York Times. Estos eran *La catedral del mar* de Ildefonso Falcones, *La sombra del viento* de Carlos Ruiz Zafón y *El pintor de batallas* de Arturo Pérez Reverte. Este hecho confirma la afirmación que la edición de libros en lengua española, que principalmente está en manos de empresas privadas multinacionales, es una industria próspera que sirve a un mercado global. Para España es una industria cultural de gran importancia para la economía, con una larga tradición exportadora. Más de la mitad de las exportaciones de libros de España se dirige a Latinoamérica, lo cual representa un tercio del total de los libros editados en España. Para la difusión de libros en español fuera de la comunidad hispanohablante, las traducciones del español, sobre todo al inglés, son muy importantes. Sin embargo, el principal obstáculo para el crecimiento ulterior de la industria editorial en lengua española es la baja intensidad lectora en la población hispanohablante fuera de España (entre otras cosas debido a la gran tasa de analfabetismo en América Latina). España es el país con mayor renta per cápita y mayor índice de lectura de toda la comunidad hispanohablante. Por término medio, los españoles suelen leer nueve libros al año, mientras que los latinoamericanos sólo leen dos o tres como máximo.¹⁰⁹

Como ya he expuesto en el párrafo anterior, desde el punto de vista de la internacionalización, el más importante sector de las industrias culturales en España es el sector editorial, que incluye la edición y distribución impresa y multimedia de libros y otras publicaciones y la

¹⁰⁸ cf. <http://www.festivaldepoesiademedellin.org/> [10.06.2011]

¹⁰⁹ cf. Instituto Cervantes 2010: 229-234

venta de los derechos de estas obras. Que este sector cuenta con un alto grado de internacionalización, demuestra también el hecho de que se disponen de 200 filiales de editoriales españolas en el extranjero, principalmente en Latinoamérica. Francia es el principal receptor de libros españoles en Europa y México el principal receptor hispanoamericano. Además destaca el inmenso aumento de las exportaciones a Brasil.¹¹⁰

La prensa impresa en lengua española (periódicos, revistas) no es un mercado de distribución tan global como el de los libros en español. No obstante, *El País* se distribuye en toda América Latina, Estados Unidos y en la mayoría de los países europeos. La edición en línea ha aumentado la difusión de los periódicos en general. Además, *El País* tiene varios acuerdos de distribución con grandes cabeceras como el *International Herald Tribune* o el *Wall Street Journal*. En este sector destacan las agencias de noticias, que colaboran estrechamente con los periódicos de todo el mundo, porque tienen una gran presencia global. La agencia española EFE, que ya existe desde el año 1939, es la principal en el área hispanohablante y la cuarta agencia de noticias del mundo. Es una empresa informativa multimedia con más de tres mil profesionales de 60 nacionalidades, que están presentes en 181 ciudades de 120 países de todo el mundo y con cuatro mesas de edición, en Madrid, Bogotá, El Cairo y Rio de Janeiro.¹¹¹

Pequeña digresión: Las traducciones

Según el Marqués de Tamarón, las traducciones de una lengua a otras son un fiel índice del peso internacional de los idiomas. Quiere decir que este indicador refleja la importancia de una lengua en términos del interés despertado en otros países por su cultura y producción intelectual (es decir creación literaria, científica, técnica, etc.).¹¹²

Significa que las traducciones de otros idiomas a la lengua española y las traducciones a las que se vierten los textos creados en español, son un fiel indicador de la fuerza del idioma en el mundo. Es de suponer que cerca del 60% de las traducciones en el mundo son del inglés a otros idiomas, pero sólo 3% lo son al inglés. En contrario, las principales lenguas destino de traducciones son el alemán, el español y el francés. Como fuente de traducciones al inglés le siguen el francés, el alemán, el ruso, el italiano y el español.¹¹³

¹¹⁰ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 46, 94, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

¹¹¹ cf. Instituto Cervantes 2010: 235-238

¹¹² cf. Tamarón 1995: 259

¹¹³ cf. Instituto Cervantes 2010: 232

Mediante mis investigaciones y explicaciones anteriores se puede deducir que el gran aprecio y valor de la literatura escrita en lengua española en el mundo, deducible por ejemplo por los tantos Premios Nobel de Literatura y el así llamado “boom de la literatura hispanoamericana”, se hace notar también en el número de los libros traducidos del español a otras lenguas, que claramente está muy elevado. Por tal razón, el sector de la literatura con sus renombrados escritores es una de las mayores fuerzas de la lengua y cultura hispana y en este sentido es un muy potente factor implícito de la popularidad del español en el mundo. Quizás, en este contexto, podemos también tomar en consideración las personas de cualquier país del mundo que quieran leer a “los genios literarios” en su lengua original y auténtica, el español, lo cual sería una motivación adicional para aprenderlo. Por todo eso, en un cierto sentido, la literatura en lengua española es un “autodifusor”, es decir, que no precisa tanto de verdaderas acciones políticas para difundirla. Claro que existen dichas acciones y actividades, que supuestamente ayudan, apoyan y facilitan la difusión, pero según mis observaciones, la literatura hispana ya dispone de un fuerte prestigio internacional que resuelve todo lo necesario.

4.2.1.2 El aprecio del cine producido en países hispanohablantes

A diferencia del francés o del italiano, el cine de lengua española no ha podido impulsar verdaderos géneros propios hacia el exterior, pero sí que ha podido mantener su prestigio y presencia internacional debido a directores renombrados del “cine de autor”. Sobre esta base vale decir que las películas en lengua española disponen de una grandísima proyección internacional. Directores conocidos ampliamente como Luis Buñuel, Pedro Almodóvar, Alejandro Amenábar, Carlos Saura, Isabel Coixet, Icíar Bollaín, Montxo Armendáriz, Agustí Villaronga, Fernando León, José Luis Guerín o Jaume Balagueró estrenan con éxito en Europa, Estados Unidos y Japón. Además el Instituto Cervantes apoya considerablemente a este sector mostrando en sus numerosas sedes lo mejor y más significativo de las últimas producciones (documentales, cortos, películas) del mundo hispano. Aparte de eso, establece acuerdos con la Academia de Cine, el ICAA (Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) y varios festivales para presentar las películas, los documentales y cortos españoles allí, lo cual es un poderoso estímulo para toda la cinematografía en lengua española. Entre los más populares son los cortometrajes españoles que ya han conseguido varios premios en festivales de todo el planeta, incluso en Hollywood. Eso refleja el gran reconocimiento de la producción hispana a nivel internacional. Por ejemplo, “*La ruta natural*” del catalán Álex Pastor recibió el Premio al Mejor Corto Internacional en el Festival de Sundance. También “*Minotauromaquia, Pablo en el laberinto*” del gallego Juan Pablo

Echeverry tiene mucho éxito en el mundo e incluso llega, como también los otros, hasta las pantallas de Japón y Alaska. En general, los cortos españoles son conocidos (y amados) por la gente del extranjero como frescos, variados, con una identidad muy fuerte y una gran variedad de géneros.¹¹⁴

4.2.1.3 La popularidad internacional de la música en lengua española

La música es una parte fundamental de la cultura y está presente en varias actividades y múltiples productos culturales como el cine, el teatro, la televisión y la radio. La difusión de la música española en general está caracterizada por la eficaz exportación al extranjero, tanto con acciones explícitas como también implícitamente, es decir sin dirección provocada. La música en español, como el flamenco, el tango, la salsa, el bolero, el mambo, la rumba, el merengue, pero también la creación contemporánea, la música electrónica, el hip hop en español, el pop, el reggaeton, la copla, el rock, la música antigua, la música de raíces, el jazz, la música para el cine etc. gustan dentro y fuera de los países hispanohablantes. Por supuesto, difundir la música en lengua española no es sólo un objetivo de la acción cultural, sino que es muy importante en sentido económico y simbólico (mediante la difusión de valores, estilos de vida y atmósferas). Los mercados internacionales en los que la música producida en España es muy popular y estimada son Francia, Estados Unidos, Italia, México y Alemania. Algunos de los nombres más conocidos internacionalmente de la música de España son por ejemplo Julio Iglesias, Joan Manuel Serrat, Camilo Sesto, José Luis Perales, Manuel Alejandro, Joaquín Sabina, Enrique Iglesias, Manu Chao y muchos otros. En los últimos años la música latina, la cual se conoce por la música en español producida en los Estados Unidos, está de moda en todo el mundo, no sólo entre los hispanos. El auge de la música en lengua española en los Estados Unidos y en otros países se deduce a la creación de la *Latin Recording Academy* en 1997 y la concesión anual de los *Grammy Latinos* desde el año 2000. Gracias a estos premios la música latina dispone de una gran notoriedad en todo el mercado internacional. Con todo eso, claramente el idioma español también tiene una mayor presencia y un mayor prestigio internacional por ser componente fundamental de las canciones. Incluso hay artistas no hispanohablantes que cantan canciones en lengua española o versiones en español de sus canciones. Entre las principales instituciones que se ocupan de la difusión y promoción de la música española en el mundo aparece de nuevo el Instituto Cervantes, que organiza diferentes actos relacionados con conmemoraciones de músicos y conciertos de la música contemporánea, de jazz y de flamenco en sus sedes repartidas por todo el planeta. Pero

¹¹⁴ cf. Instituto Cervantes 2008: 709-714

también otros institutos promueven la música española en el extranjero, como el Ministerio de Cultura, la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales con la organización de conciertos en las exposiciones internacionales y la Fundación Autor que realiza giras en el extranjero, mantiene la presencia española en ferias (como en *Pop Komm*) y en festivales internacionales de distinta envergadura. Además, desde el año 2000 la Fundación Autor gestiona el programa “Rock en Ñ”, que incluye una serie de conciertos en distintas ciudades de los Estados Unidos y de América Latina y que contribuye considerablemente a la difusión de la música en español.¹¹⁵

Quiere decir que en el sector de la música en lengua española encontramos una muy intensa correlación entre acciones políticas intencionadas, es decir, dirigidas explícitamente, y elementos implícitos como el simple gusto por los ritmos, los cantantes y las danzas hispanas por parte de la población internacional. Esta fructífera interacción entre los dos componentes representa un garante para el ulterior éxito de la música en lengua española en el mundo, que obviamente difunde también el lenguaje.

4.2.1.4 El aprecio internacional del arte producido en los países hispanohablantes

Los nombres más importantes en relación con el arte “del pasado” son Gaudí, Picasso, Dalí y Miró. Estos personajes son los estandartes de la proyección cultural del arte español en el extranjero. En este contexto es importante mencionar que el cuadro más caro jamás vendido en el mundo es de Picasso. Otros pintores populares serían Antoni Tàpies, Antonio Saura, Manuel Millares, Eusebio Sempere, Manuel Hernández Mompó, Pablo Palazuelo, Rafael Canogar, Juan Genovés, Eduardo Arroyo, Lucio Muñoz, Frida Kahlo o Esteban Vicente. También escultores como Jorge Oteiza, Eduardo Chillida, Martín Chirino o Pablo Serrano son reconocidos internacionalmente. Las exposiciones con el objetivo de difundir el arte español, “la marca española” del momento, dan una especial atención a la pintura. También las revistas de arte son fundamentales en la promoción del trabajo de los creadores y de las actividades de los distintos agentes. La participación en ferias o en bienales (como la Bienal de Venecia, de São Paulo y de Estambul) es otra vía de difusión internacional y de captación de interés de la gente extranjera. Además hay ayudas para la promoción del arte español por parte de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales, con las cuales se apoyan la organización y participación de los artistas en exposiciones, certámenes y concursos. Gracias al desarrollo de estos nuevos eventos internacionales, bienales y trienales en los que

¹¹⁵ cf. Instituto Cervantes 2010: 219, 223; Instituto Cervantes 2008: 587-599

participan los artistas españoles, el arte español contemporáneo tiene cada vez más presencia en países del extranjero. Quiere decir que estos acontecimientos, que se pueden considerar como actos de la política explícita de difusión, contribuyen considerablemente a la mejora de la presencia internacional del arte español. Sin embargo, se tiene que aumentar significativamente la presencia internacional del arte español, que en cualquier caso debe ser más competitivo en el panorama internacional.¹¹⁶

4.2.1.5 La demanda por la enseñanza del español como respuesta a su importancia internacional

La enseñanza de una lengua en las innumerables escuelas en el mundo es de gran importancia para su prestigio internacional, dado que si una lengua está muy bien posicionada en el sistema educacional mundial, se transmite una cierta relevancia del idioma. Ya el conocimiento de que una lengua está muy difundida en el mundo contribuye a una valoración positiva y a una gran motivación para estudiarla. Además, las lenguas difundidas ampliamente en el mundo tienen un potencial comunicativo y por consiguiente un gran valor funcional, por lo cual aumenta automáticamente el atractivo para estudiarla y hablarla, lo cual promete una constante diseminación del idioma. Significa que, en la mayoría de los casos, sólo cuando la utilidad, el provecho y el beneficio de adquirir conocimientos de una lengua es mayor que su esfuerzo o sus gastos de aprenderla, la gente está dispuesta a estudiar dicho idioma.

El español es la más grande de las lenguas románicas en número de hablantes. Muchísimos estudiantes la eligen justamente por esta razón. Por consiguiente, el ascenso en la matrícula de estudiantes de español en el mundo ha sido notable y sobre todo los habitantes de Brasil y de los Estados Unidos se van a poner a estudiarlo masivamente.¹¹⁷ Pero también en general, la lengua española figura como lengua extranjera en los planes de estudio de la mayoría de los países del mundo. Generalmente está enseñada en la Formación Secundaria, en la Universitaria o en ambas, aunque también se ofrece el español en la Enseñanza Primaria de algunos sistemas educativos.¹¹⁸

Observando más detalladamente la situación en las escuelas de Europa, se marca que la demanda por la enseñanza del español crece significativamente año tras año. Está claro que la lengua más enseñada, y consiguientemente más estudiada, en el contexto europeo es el inglés, seguida por el francés y el alemán, pero también la lengua española registra cada vez una

¹¹⁶ cf. Instituto Cervantes 2008: 644, 672-685

¹¹⁷ cf. Lodaes 2001: 178

¹¹⁸ cf. Tamarón 1995: 207

mayor demanda por aprenderla. Eso sobre todo debido a su prestigio como lengua internacional.¹¹⁹ En Francia, por ejemplo, el español es la segunda lengua extranjera más estudiada. En los últimos años esta tendencia se perfila también en el Reino Unido, en Irlanda del Norte y en Escocia, tanto en la Enseñanza Secundaria como en la Superior.¹²⁰

Focalización específica I: La enseñanza del español en los países de habla alemana

Como ya expuesto, en parte, anteriormente, la lengua española es el idioma extranjero más estudiado en todas las etapas educativas en los Estados Unidos y el segundo idioma más estudiado en Francia, Suecia como también en Brasil y en gran parte del Reino Unido. También en Italia, los Países Bajos, Portugal y en Alemania se nota un gran aumento en los últimos años. En estos países mencionados la presencia del español en los diferentes etapas educativas se concentra sobre todo en la Enseñanza Secundaria, principalmente en la Enseñanza Secundaria Superior. Por supuesto hay también un aumento significativo en el área universitaria, como por ejemplo en los Estados Unidos con más de 50% y en Francia con un crecimiento de 18%.¹²¹

En este capítulo adicional se fija la atención en el papel de la lengua española en el sistema educativo de los países de habla alemana para poder exponer un ejemplo específico e informaciones detalladas sobre una de las áreas donde el español continúa su “cortejo triunfal”.

En Alemania la organización federal da gran autonomía a los dieciséis Estados, así también en la materia educativa. Por eso el sistema escolar alemán es muy complejo. Significa que los planes curriculares varían de un estado a otro y consiguientemente también la oferta de idiomas extranjeros en las enseñanzas regladas es muy variada. De manera general, el inglés es el primer idioma extranjero de enseñanza obligatoria en todo el país, seguido por el francés. Sin embargo, se tiene que distinguir entre la oferta de los centros escolares y la verdadera demanda de familias y alumnos, porque allí hay una cierta diferencia. Quiere decir que cuando se considera la demanda de la población, sería la lengua española la que ocupa de manera progresiva el segundo lugar después del inglés (principalmente por razones profesionales o de vacaciones). Resulta evidente que también la situación fronteriza influye en el sistema educativo, dado que sobre todo en los Estados del Este de Alemania se ofrecen

¹¹⁹ cf. Siguan 2001: 164; ver también Tamarón 1995: 210-213

¹²⁰ cf. Tamarón 1995: 213

¹²¹ cf. <http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/Introduccion.pdf> [30.08.2011]

polaco, checo o ruso, en los del Norte holandés y danés, en Baviera y Baden-Württemberg italiano y en el Sarre y Renania del Norte más francés. En la Primaria crece la incorporación de lenguas extranjeras en los cursos tercero y cuarto. En la Secundaria la lengua obligatoria es casi exclusivamente el inglés y raras veces en zonas fronterizas el francés. Crece la demanda del español pero aún es limitado y en la mayoría de los casos optativo (como en las “Realschulen”). En el Bachillerato se aprende una segunda lengua extranjera a partir del séptimo curso y incluso una tercera lengua a partir del noveno (inglés y francés y en pocos casos español). El bachillerato lingüístico es una de las posibilidades en la que se nota el mayor aumento de la demanda del español. En la Formación Profesional la enseñanza de las lenguas extranjeras depende del tipo de escuela y de la especialidad elegida. En conformidad con los fines profesionales específicos crece la demanda de la lengua española en la Hostelería, en el Comercio y el Turismo en general. En la Educación Universitaria hay un fuerte crecimiento del número de estudiantes del español, principalmente debido a la mayor demanda de profesores de español (presente y futura). En suma se puede decir que se nota un creciente interés por aprender español tanto en el sector escolar, académico como privado.¹²²

En Austria el inglés es el idioma curricular durante todo el periodo de escolarización y ya en la Primaria se comienza con la enseñanza del inglés (obligatorio desde el curso escolar de 2003/2004). En sólo una escuela primaria en Viena se ofrecen español desde el primer curso de primaria. A continuación se tiene la obligación o la opción de cursar una segunda, tercera o incluso una cuarta lengua extranjera, según la modalidad de escuela y rama elegida. En la “Hauptschule” se estudian inglés obligatoriamente, pero también se ofrecen francés e italiano, a veces español. Como hay muchos alumnos de otras nacionalidades, aumenta también la oferta de croata, esloveno, checo, húngaro y ruso. En el Bachillerato, exactamente a partir del cinco hasta su finalización en el octavo, el estudio de una segunda lengua extranjera es obligatorio y suele ser el francés, el italiano y también el español en los últimos años. En general, la lengua española ocupa el cuarto lugar detrás del inglés, francés e italiano entre los idiomas extranjeros más estudiados en la Secundaria y el Bachillerato. Por el contrario, en la universidad, el español ha desplazado al francés y ocupa el segundo lugar tras el inglés. También en la Universidad de Economía de Viena muchísimos estudiantes eligen el español (y no el francés) como lengua optativa por la importancia (futura) en la comunicación profesional internacional.¹²³

¹²² cf. <http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/ALEMANIA.pdf> [27.08.2011]

¹²³ cf. <http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/AUSTRIA.pdf> [30.08.2011]

La Suiza representa un caso especial en relación con su sistema educativo, el cual está muy diversificado debido a la constitución federal que, aunque crea las bases, delega las competencias sobre la educación en los diferentes cantones. Por lo que respecta a la enseñanza de lenguas extranjeras en las varias etapas del sistema educativo, cabe mencionar que a partir del quinto curso en la Primaria comienza el estudio de la primera lengua extranjera que es una de las lengua nacionales del país. En la Secundaria Obligatoria se aprende una segunda lengua extranjera que en general es el inglés. El aprendizaje de dos idiomas extranjeros continúa en el Bachillerato con una segunda lengua nacional y el inglés. Además se puede cursar otras lengua extranjeras en la asignatura específica según su perfil académico. En la Formación Profesional los planes de estudios prevén la enseñanza de una lengua extranjera que en la mayoría de los casos es otra lengua nacional y en muchas ramas de formación se ofrecen el inglés. Sólo en asignaturas facultativas se puede cursar el español. Todo eso revela que lamentablemente el español aún no juega un papel importantísimo en el sistema educativo suizo, pero no significa que no se enseñen dicho idioma o que no exista interés por su estudio. En los últimos años había un incremento significativo en el estudio del español en el país. Con la entrada en vigor del nuevo Reglamento de Reconocimiento de los Títulos de Bachillerato en el año 1995 se introdujeron sistemáticamente la lengua española en el Bachillerato, lo cual claramente ha llevado consigo un aumento de alumnos que cursan español en esta etapa educativa. Asimismo el interés por cursar español en los estudios reglados se ha aumentado notablemente, tanto de alumnado como de profesorado. También fuera del sistema escolar hay una creciente demanda del español.¹²⁴

Volviendo al tema principal del presente gran capítulo 4.2.1.5 “*La demanda por la enseñanza del español como respuesta a su importancia mundial*”, cabe destacar algunas reflexiones generales: cada persona que quiere aprender una lengua reflexiona sobre los beneficios que derivan de la pertenencia a dicho “club lingüístico”. Cuanto menos sean los costes de acceso y mayores los beneficios en capacidad comunicativa o en estatus derivado, mayor será el estímulo que una persona sienta para estudiar esa lengua. Por eso, en muchos casos, la decisión por una lengua dependerá del número de interacciones comunicativas que se piensa que se podrá realizar en esta lengua en el futuro, porque cuanto más sea la capacidad comunicativa de un idioma, mayor será el rendimiento que se le extrae a la inversión realizada en el aprendizaje del idioma. Las interacciones comunicativas de una lengua dependen claramente del número de hablantes de dicha lengua (como lengua materna o segunda

¹²⁴ cf. <http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/SUIZA.pdf> [30.08.2011]

lengua). Otro hecho, que se tiene que tomar en consideración, es cuanto más desarrollados sean los países que hablan un idioma y mayor sea la densidad de los lazos de comunicación entre ellos, más elevado será el número de interacciones comunicativas que se producen en dicha lengua.¹²⁵

Por lo tanto, reducir los costes de acceso a la lengua contribuye a facilitar y abaratar los procesos de aprendizaje. Para lograr esto, es necesario disponer de una amplia red de centros de formación distribuidos a escala internacional y de enfoques pedagógicos, de materiales, docentes y profesores de calidad y de un proceso formativo eficaz. Quiere decir que es importante que los costes asociados al aprendizaje sean los más bajos posibles y que se disponga de una oferta flexible, dado que en cualquier caso se trata de diferentes condiciones de tiempo y disponibilidad, que aportan los potenciales interesados.¹²⁶

Según el Instituto Cervantes, el español es la segunda lengua extranjera más estudiada en el mundo, después del inglés. Continúa su incesante expansión en el extranjero por la acción educativa conjunta de diversos organismos como el Instituto Cervantes.¹²⁷ Pero no es cosa fácil descubrir cuántas personas están verdaderamente aprendiendo una lengua determinada como lengua extranjera o segunda lengua en el mundo. Sin embargo, según el Marqués de Tamarón, el camino más seguro es el de trabajar con cantidades referidas a alumnos vinculados a centros de enseñanza, aunque existen también otras formas de aprender o adquirir lenguas extranjeras. Pero estas otras formas resultan muy difíciles de controlar.¹²⁸

No obstante, el lingüista Marcos-Marín y el sociólogo De Miguel en su libro *“Se habla español”* ofrecen unos datos numéricos de estudiantes de la lengua española en todo el planeta. En total, estiman que actualmente unos 14 millones de personas estudian español en el mundo.¹²⁹ Este gran número implica la existencia de por lo menos veinte mil profesores, bibliotecarios y administrativos, que trabajan en la enseñanza del español como segunda lengua. Además, los autores indican, por ejemplo, que hay más de seis millones de estudiantes en los Estados Unidos y en el futuro habrá más de once millones en Brasil, sobre todo debido a la ley del 2005, que obliga a ofrecer la asignatura de español en la enseñanza media, mientras que en la enseñanza fundamental es optativa. En Europa, en suma, hay 3,5 millones

¹²⁵ cf. Instituto Cervantes 2010: 39-40

¹²⁶ cf. Instituto Cervantes 2010: 42

¹²⁷ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 19, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

¹²⁸ cf. Tamarón 1995: 197

¹²⁹ El Instituto Cervantes indica la misma cantidad en su informe *“El español, una lengua viva”* del 2010, p.7, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

de estudiantes distribuidos en 38 países diferentes, encabezado por Francia, Alemania e Italia. En el continente africano en detalle hay aproximadamente 100.000 alumnos en Senegal y 235.000 en la Costa de Marfil. A estos dos países, que cubren el 66 por ciento de toda la demanda del español en África, hay que añadir los alumnos de los países árabes de África, como de Marruecos con 60.000 estudiantes. La situación del español en el Oriente Próximo es también muy esperanzadora si se tiene en cuenta la inestabilidad política y económica en los últimos años. Hay más de 15.000 alumnos de español en toda esta área, principalmente libaneses e israelíes. En Australia y Nueva Zelanda cerca de 60.000 personas están registradas como estudiantes de la lengua española. En el continente asiático y en el Pacífico Sur más de 160.000 personas estudian español. En Japón hay 60.000 universitarios, en Filipinas 20.000 y en China se enseña la licenciatura de español en una veintena de universidades.¹³⁰

En cambio, en el Aniversario del Instituto Cervantes del 2009 se hablan de sólo cinco millones de estudiantes de español en Brasil. Este hecho revela la gran dificultad de indicar exactos datos numéricos de estudiantes de español en el mundo. Los investigadores del Instituto Cervantes, en este contexto, se refieren a datos concretos sobre el grado de aplicación actual de la Ley del Español en Brasil. Las cifras recogidas indican unos 2.400.000 alumnos de español en la enseñanza media brasileña y los restantes se reparten en otras formas e instalaciones.¹³¹

Sin embargo, de todas estas cifras, aunque no se puede decir la cantidad exacta, se concluye que la demanda del español en los más diversos países de todo el mundo es muy elevada y ha crecido considerablemente en las últimas décadas. Por un lado se debe este hecho a la labor de diferentes organismos, como el Instituto Cervantes, pero por otro lado, el cual quizás representa el componente mayor, se le atribuye a la mayor concienciación y percepción de la gente sobre la creciente importancia internacional del español en los más diversos sectores y sobre el inmenso potencial comunicativo que se esconde en dicho idioma.

Digresión: Turismo idiomático

Es fundamental en el proceso de aprendizaje de lenguas estar en contacto continuo con la lengua de aprendizaje y su cultura. El mejor método para lograr la competencia lingüística en

¹³⁰ cf. Marcos-Marín 2009: 265-266

¹³¹ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 11

otra lengua es ir a los países en los que se la habla y realizar una inmersión total en su sociedad y cultura.¹³²

Por eso, a medio camino entre el turismo y la enseñanza se encuentra el aprendizaje de una lengua extranjera en los países en los cuales se habla dicho idioma. Se puede verlo como turismo cultural relacionado con el estudio del español como lengua extranjera.¹³³ Casi el 75% de estos turistas idiomáticos, principalmente mujeres y la mitad entre veinte y veintinueve años, que viajan cada año a España procede de países de la Unión Europea como Alemania, Francia e Italia. La razón principal de estos estudiantes para el estudio de la lengua española es el interés personal por la lengua y la cultura. En la mayoría de los casos los motivos laborales o académicos son secundarios en este caso, pero cada vez más importantes. A través de estos motivos se puede ver, por un lado, el gran atractivo cultural de la lengua española y por otro lado, una de sus debilidades, es decir, la aún supuesta escasa utilidad para la vida laboral y académica, una opinión que pero está cambiando drásticamente.¹³⁴

España recibe entre 160.000 y 180.000 estudiantes de español, que se inscriben en uno de las trescientas escuelas, universidades e instituciones que brindan este tipo de enseñanza. Principalmente las ciudades de Granada, Salamanca, Valladolid, Madrid, Barcelona y Valencia son los destinos preferidos. Con esta inmensa demanda del español como lengua extranjera se obtiene un saldo de 370 millones de euros de facturación para este sector y muchísimos puestos de trabajo. Entre los países hispanoamericanos especialmente México, Guatemala, Costa Rica, Argentina, Colombia y Cuba son las naciones preferidas para estudiar español.¹³⁵

También los estudiantes universitarios del programa de intercambio europeo Erasmus se pueden clasificar en la categoría de “turismo idiomático”. Las universidades públicas de España reciben muchísimos estudiantes de Erasmus y de otros programas de intercambio. Así es el país líder de Europa en la recepción de estudiantes del programa Erasmus. El objetivo de Erasmus es facilitar el aprendizaje de idiomas, los intercambios académicos y el conocimiento mutuo entre los ciudadanos europeos. Pero, ¿qué razones impulsan a los alumnos a aprender español? Por un lado, estudian la lengua española por motivos de trabajo, que pero no es la

¹³² cf. Marcos-Marín 2006: 98

¹³³ Cabe mencionar por supuesto que se ofrecen también muchísimos cursos de español en países no hispanohablantes. En este contexto el ya bien expuesto Instituto Cervantes es la principal y más conocida institución que se dedica a la enseñanza de la lengua española para extranjeros en países no hispanohablantes.

¹³⁴ cf. Instituto Cervantes 2010: 246-247

¹³⁵ cf. ICEX 2007: *La internacionalización de las industrias culturales españolas*, p. 18-19, www.icex.es, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

mayoría. Por supuesto, estos estudiantes van a tener un mayor nivel de exigencia sobre los cursos y una mayor disposición a pagar por ellos. Por otro lado, hay muchísimas personas que se interesan por el idioma por razones culturales o de ocio. Las razones culturales o de ocio en sentido amplio (deseo o costumbre de viajar a España, la simpatía por la cultura española, etc.), entre las cuales hay también el interés turístico, ocupan los cinco primeros puestos entre las motivaciones básicas para el aprendizaje del español, mientras sólo en sexto lugar aparecen las necesidades profesionales. Además hay la imagen del español como lengua “fácil”, es decir, con una ortografía sencilla, y por eso eligen esta lengua. Pero, mirado en detalle, una demanda de tipo turístico lamentablemente no invita al hablante a profundizar sus conocimientos de la lengua más allá de los rudimentos necesarios para desenvolverse y comunicar fundamentalmente con la gente. Sin embargo, la situación está cambiando, sobre todo por la creciente importancia del español en diferentes sectores en el ámbito internacional.¹³⁶

La Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (FEDELE), otro actor de la política lingüística y cultural explícita, trabaja estrechamente con el Instituto Cervantes y con Turespaña, la cual es una organización dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que se ocupa de la promoción turística de España en el extranjero. El objetivo de la FEDELE es difundir y vender el producto “Estudiar español en España” en el extranjero. Ha creado el Consejo Promotor del Español, que une a todos los organismos e instituciones que trabajan en el campo de la política de promoción exterior del español y que facilitan la entrada de estudiantes del extranjero.¹³⁷

Observado todo independientemente de los motivos por el estudio del español, los números de los que lo aprenden hablan por sí solos. Cada año hay un mayor número de estudiantes que eligen países hispanohablantes como meta para su semestre de estudios en el extranjero y cada año estos estudiantes provienen de una mayor diversidad de países del mundo. En todos los distintos casos un hecho queda claro: son todos estimulados o por el interés por la cultura, o por la pasión por la lengua en sí o conducidos por la razón con miras a perspectivas laborales futuras.

¹³⁶ cf. Instituto Cervantes 2010:179-184

¹³⁷ cf. Instituto Cervantes 2008: 456-458

4.2.2 La importancia del español en los diferentes sectores de la sociedad

El presente capítulo ofrece un panorama sobre el papel de la lengua española en varios sectores internacionales de la sociedad, elegidos según específicos criterios empíricos, como la ciencia, la economía, la sociedad de la información y algunos otros. Con estas explicaciones se quiere, por un lugar, evidenciar los logros pero también los déficits del español en ciertos sectores, y por otro lugar mostrar que también la importancia o el papel de una lengua en determinados sectores y campos tiene repercusiones significativas sobre su difusión y reputación internacional.

4.2.2.1 El estatus internacional de la lengua española en la ciencia

Como ya se realizó varias veces, el español es una lengua con un potencial inmenso en los diferentes sectores de la comunicación internacional. Pero se tiene que preguntar si esto vale también para la ciencia. Lamentablemente en este campo la lengua española no es tan competitiva e internacionalmente presente como el inglés, que es la lengua predominante de la ciencia y la lengua franca de la comunicación científico-técnica en general. Las principales revistas científicas, los más relevantes congresos internacionales y las reuniones de equipos técnicos a escala mundial se realizan en lengua inglesa. En relación con las revistas se tiene que destacar que un gran porcentaje de las de mayor relieve en este sector editorial científico son editadas en los Estados Unidos y por eso, claramente, escritas en inglés. Significa que en los ámbitos científicos la lengua española se encuentra muy por debajo del lugar que debería tener si se toma en consideración el gran número de hablantes, aunque en las últimas décadas se produjeron algunos avances en lo que se refiere a la presencia de la ciencia y tecnología española en el marco internacional (por ejemplo había un aumento de las revistas científicas en español en formato electrónico). En este contexto cabe mencionar la labor de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), que gestiona diferentes iniciativas para mejorar la calidad científica y formal de las revistas en lengua española y para incrementar la visibilidad de estas a escala internacional, es decir fomenta su internacionalización. Sin embargo, sólo hay un científico hispanohablante por cada diez anglohablantes y esos científicos hispanohablantes optan por publicar sus artículos en inglés para ser leído, entendido y reconocido globalmente. Es comprensible que cada investigador tenga entre sus objetivos alcanzar la mayor difusión internacional de sus resultados de trabajo y hacerlos

accesibles al mayor número posible de personas en el mundo. Por lo tanto es difícil publicar en otra lengua que la clásica lengua científica, el inglés.¹³⁸

También Lodaes subraya que cuando se consultan libros y artículos sobre física, ingeniería, informática, tecnología y otras ciencias, se averigua que están escritos casi exclusivamente en inglés, con muy pocas excepciones en ruso, alemán, francés e italiano.¹³⁹ Pero no significa que estén todos escritos por anglohablantes, sino que comprueba solamente que el inglés es la lengua de la ciencia, que ayer fue el latín. Está claro que este hecho, es decir, el uso de un idioma en la ciencia y tecnología, también tiene repercusiones positivas para el prestigio de la lengua, dado que supone desarrollo, bienestar, funcionalidad, agilidad para expresar y transmitir todo ese conocimiento novedoso. Por consiguiente, es obvio que, si los hablantes prefieren otras lenguas que el español para expresar conocimientos nuevos, la gente tiene la impresión de inutilidad del idioma para el cultivo de tales o cuales campos. Pero como demuestra Lodaes, se trata de un verdadero círculo vicioso, porque si un científico no escribe en inglés sino en su lengua materna, corre el riesgo de no ser leído y entendido. Y si no lo hace en su lengua materna, este idioma se empobrece y pierde funciones y terminología. La acuñación de nuevas voces en las lenguas receptoras de términos del exterior (en la mayoría provenientes de países anglohablantes – “anglicismos”) es también un gran problema. Significa que una de las mayores dificultades es integrar la enorme cantidad de neologismos, que la actividad científica y tecnológica genera en el idioma español. Por eso, la tendencia va en dirección a la introducción de términos extranjeros (casi exclusivamente de procedencia inglesa) en el lenguaje científico español, para lograr así la inserción en el esquema mundial de la comunicación y para no arriesgarse a no ser entendida. Por eso, de una lengua universal se requiere un alto grado de flexibilidad para adaptarse a una nueva terminología y a la gran variedad de medios de comunicación.¹⁴⁰

En general, el estudio del español genérico, literario y de negocios está bien difundido en el mundo y disfruta de un crecimiento continuo. Pero el español científico y técnico se encuentra limitado a un plano apenas perceptible en el ámbito global, dado que los hallazgos de la ciencia y la tecnología española se suelen transmitir, como ya he expuesto antes, en inglés. Por eso, el Instituto Cervantes pretende fomentar intensivamente el uso del español en el

¹³⁸ cf. Instituto Cervantes/Santillana 2009:11-13, 44

¹³⁹ Miguel Siguan indica algunos porcentajes de publicaciones científicas en diferentes lenguas en su libro “*La Europa de las lenguas*” (traducido al alemán bajo el título “*Die Sprachen im vereinten Europa*” 2001, ver bibliografía): entre 60% y 80 % son en inglés (según él, principalmente por el hecho de que los bases de datos científicos se encuentran en los Estados Unidos), entre 25% y 30% en francés, alemán o ruso y sólo entre 5% y 10% en otra lengua.

¹⁴⁰ cf. Lodaes 2001: 175-176

campo de la ciencia. Según el Instituto, es necesario hacer el estudio de ciencia y tecnología aún más atractivo para los estudiantes y fomentar la producción científica en lengua española. En relación con eso es importantísimo y urgente desarrollar la extensión escrita y oral de los lenguajes profesionales del español.¹⁴¹

Es obvio que el hecho de la escasa importancia del español en la ciencia, se hace notar también en la reputación y percepción internacional de la lengua. Por eso, el Instituto Cervantes ve la necesidad de desarrollar estrategias eficaces para conseguir avances en este terreno, que parece absolutamente dominado por el inglés. Está poniendo en práctica una serie de actuaciones encaminadas a promover la ciencia en lengua española a escala mundial. Junto con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas ha establecido un plan coordinado para la difusión de proyectos y actividades científicas de carácter multidisciplinar. Este plan incluye, entre otras iniciativas, la organización de exposiciones científicas, conferencias y mesas redondas. Además el Instituto ha llevado a cabo un estudio en colaboración con la editorial Santillana, que fue publicado en septiembre de 2009 bajo el título *“El español, lengua para la ciencia y la tecnología. Presente y perspectivas de futuro”*. Se ocupa, entre otras cosas, del papel internacional de las revistas científicas en habla hispana y de la difusión del español científico y técnico como lenguaje de especialidad en el mundo. Después del análisis del status quo del español en la ciencia, ofrece planes estratégicos para mejorar la situación actual poco prometedora.¹⁴² Entre las estrategias para la difusión internacional de la investigación en lengua española se encuentran acciones en torno a la intensificación de la docencia del español de la ciencia y la tecnología, es decir, se aconseja fomentar el estudio del español aplicado a la ciencia y la tecnología tanto dentro como fuera de España para formar a docentes de español de especialidad y a futuros científicos y tecnólogos extranjeros. Con esta propuesta se combina la formación de estudiantes extranjeros en las universidades españolas y el desplazamiento de profesores hispanohablantes en diferentes países para impartir allí materias científicas básicas en español. Otras propuestas para la mejora del status quo del español en la ciencia serían la organización de talleres periódicos de escritura técnica en países hispanohablantes y no hispanohablantes para fomentar la producción científica en lengua española, la intensificación de los congresos científicos y técnicos con español como lengua vehicular invitando a profesores extranjeros con dominio del español, proyectos conjuntos entre países hispanohablantes y no hispanohablantes, el aumento de la presencia de libros científicos y técnicos en español en las bibliotecas de países no hispanohablantes, la

¹⁴¹ cf. Instituto Cervantes/Santillana 2009: 11-15

¹⁴² cf. Instituto Cervantes 2009: 286-287; Instituto Cervantes 2008: 565

intensificación de las publicaciones científicas y técnicas en lengua española por parte de editores, asociaciones y fundaciones (también en formato electrónico en la red) y la creación de una agencia de prensa científica hispana, que se ocupa de la promoción de las revistas en español e igualmente de la promoción de los proyectos y resultados de investigación de los países hispanohablantes. Todo eso significa que se requieren tomar medidas enfocadas tanto a los propios hispanohablantes como también, en mayor grado, a los usuarios del español como lengua extranjera. En resumidas cuentas, según este estudio, el futuro está pero en las manos de los hispanohablantes (de ambas orillas), que deben apoyar la comunicación de especialidad en su lengua propia y desarrollar la extensión escrita y oral de los lenguajes profesionales del español.¹⁴³

No obstante, como ya se mencionó, ya había un importante incremento de la presencia de la ciencia española en el contexto internacional, tanto en cantidad como en calidad. España, por ejemplo, está efectivamente trabajando en la creación de una nueva imagen como país creador de arte, literatura y ciencia. Muestra una alta especialización en Ciencias del Espacio, Astrofísica, Cosmología, Agricultura, Matemáticas, Microbiología, Química y Biología Vegetal/Animal. Consiguientemente dispone de una creciente infraestructura para la investigación en estos ámbitos y por lo tanto, participa en diferentes instalaciones de carácter mundial y también en programas de organizaciones científicas internacionales. Quiere decir que España participa por ejemplo en la Agencia Europea del Espacio, en el Centro Europeo de Investigación Nuclear, en la Organización Europea de Biología Molecular, en la Instalación Europea de Radiación Sincrotrón y en varios otros organismos. Por medio de la Agencia Europea del Espacio, la industria española participa en diferentes proyectos europeos, lo cual le permite establecer importantes alianzas estratégicas con otras empresas del sector y mercados internacionales. La alta actividad relativa de España en Ciencias del Espacio se puede ver también mediante las grandes instalaciones astronómicas como las del Instituto de Astrofísica de Canarias, donde hay las instalaciones astronómicas más importantes del hemisferio norte (después de las de Hawai). Aparte de eso, es muy recomendable incrementar la presencia y participación de los delegados y representantes hispanohablantes en los foros científicos internacionales.¹⁴⁴

¹⁴³ cf. Instituto Cervantes/Santillana 2009: 116-124

¹⁴⁴ cf. Instituto Cervantes 2008: 550-554

4.2.2.2 La presencia de la lengua española en la sociedad de la información y en la red

La creciente presencia del español y sus hablantes en el mundo lógicamente lleva consigo también un mayor uso de la lengua en los actuales medios de comunicación.

La presencia de un idioma en los nuevos medios, con Internet a la cabeza como parámetro de la comunicación global de la sociedad de información, es muy importante para su difusión y su prestigio. La red se ha convertido en el principal escaparate de la difusión de los idiomas, entre otras cosas debido a su función como instrumento popular para la comunicación y como apreciada fuente de información. La relevancia de una lengua y de su cultura en la red tiene también consecuencias en el sentido económico porque condiciona su sostenibilidad y su expansión. El mejor, o sea el único indicador que puede medir la presencia de los idiomas en la red, es el porcentaje de páginas web por idioma (aunque, lamentablemente, no es un método tan fiable debido a los resultados diferenciados según el buscador utilizado¹⁴⁵ y también la cantidad de páginas en un idioma no es lo único importante sino también la calidad de estas). Como es sabido, el inglés domina el Internet por su estatus como lengua franca, o sea lengua vehicular, en muchísimos sectores del mundo, como la tecnología, el comercio o la ciencia. No obstante, en los últimos años se nota una disminución de su peso relativo en la red debido a la cada vez mayor importancia de las lenguas asociadas a países muy poblados y en expansión (como por ejemplo China). En líneas generales se puede decir que el inglés se utiliza en la red en torno a un 60 por 100 por ciento de todos los usos lingüísticos. El español, por el contrario, oscila entre el 4 y el 5 por ciento de los usos totales. Este hecho sitúa la lengua española al cuarto o quinto puesto de las lenguas más utilizadas en la red. El porcentaje de usuarios (o los así llamados internautas) hispanohablantes de la red respecto al total de la población hispanohablante refleja de nuevo, como también en la ciencia, una situación de fuerte retraso. En torno al 4% de las páginas web están escritas en español (frente al 45% de las páginas en inglés). De estas páginas en lengua española España aporta casi la mitad de las páginas web escritas, seguida de Argentina, México y Chile dentro de los países hispanoamericanos, mientras que los Estados Unidos son el segundo emisor de páginas en castellano debido a la importante presencia de la comunidad hispana allí. Significa que se deduce este hecho a la inmensa presencia de la comunidad hispana en este país y a su mayor capacidad de acceso a las redes de información en comparación con algunos de los países de Hispanoamérica. No se debe olvidar que la presencia de los idiomas en la red está condicionada por el desarrollo de la sociedad de la información, de la tecnología en general,

¹⁴⁵ También si se cambia la fuente de estadísticas, se hallan variaciones de los resultados.

en los países de dichas lenguas. Por consiguiente, se estima que si en las áreas hispanohablantes se dispusiera del similar nivel de líneas telefónicas que en los países anglófonos, la presencia del castellano en la red incrementaría significativamente. Por eso, ampliar la sociedad de la información en todos los países hispanohablantes que los necesitan, es una medida eficaz para lograr una mayor presencia del español en línea. Los problemas más grandes de los países hispanohablantes en relación con su acceso a la sociedad de la información es su elevado número de personas no alfabetizadas en ciertas áreas, lo cual ilustra la situación de pobreza que aún se vive en muchos países hispanoamericanos. Por lo tanto, una relativamente baja disponibilidad de líneas fijas y ordenadores se traduce en un menor acceso a Internet y consiguientemente en un menor porcentaje de páginas escritas en español. Por todo esto, el peso demográfico no es la variable determinante en la presencia de los idiomas en la red, aunque ciertamente contribuye a modularla. Por lo tanto hay que poner en marcha esfuerzos precisos para desarrollar las infraestructuras de conexión en los países hispanoamericanos como también invertir en otros ámbitos como la educación.¹⁴⁶

Sin embargo, cabe poner de relieve que en los últimos años la presencia del español en el ciberespacio ha aumentado significativamente, tanto en el número de las páginas electrónicas escritas en lengua española como en el número de usuarios de la red en español.¹⁴⁷ Es decididamente importante saber que el uso de una lengua en la red depende del volumen de información que transmita. La información tiene una carga de utilidad: se usa porque se necesita. Además, lo necesario no es que se pueda pedir la información en español, sino que se pueda acceder a una precisa información en español, es decir que exista en realidad. Este criterio es el más importante a cumplir, y sólo después el español será una lengua exitosísima en la red.¹⁴⁸

Para concluir este capítulo, quiero citar a Antonio Muñoz Molina¹⁴⁹, que en su discurso inaugural del *IV Congreso Internacional de la lengua Española* dijo que “*El enemigo del español no es el inglés, sino la pobreza.*”¹⁵⁰

¹⁴⁶ cf. Instituto Cervantes 2010: 30-31,150-166; Marcos-Marín 2009: 262

¹⁴⁷ cf. Instituto Cervantes Anuario 2009: 284

¹⁴⁸ cf. Marcos-Marín 2006: 90-91

¹⁴⁹ Antonio Muñoz Molina (*1956) es un escritor español, miembro de la Real Academia Española y antiguo director del Instituto Cervantes de New York.

¹⁵⁰ Instituto Cervantes 2010: informe *El español, una lengua viva*, p. 38, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

4.2.2.3 La importancia del español en la economía

“Si hablas español, podrás comunicarte con casi 500 millones de personas en todo el mundo.” Esta frase se puede leer en un espacio web (ver nota a pie de página), que se refiere a la importancia del español en el mundo, poniendo especial énfasis, entre otras cosas, en la cada vez mayor valoración de conocimientos de español por parte de empresas internacionales. Además explica que es el idioma que da acceso a uno de los mercados de mayor crecimiento del mundo. Según el artículo, los consumidores latinos, es decir la comunidad hispánica, suponen el segmento de mercado de mayor crecimiento en los Estados Unidos. El poder de compra de los hispanos es ya desde el año 2007 el más alto entre los grupos minoritarios de los Estados Unidos, lo cual quiere decir que supera al de los afroamericanos y asiáticos. Aparte de eso, los países latinoamericanos se están convirtiendo en importantísimos socios comerciales a escala mundial, dado que su crecimiento económico es enorme. Se espera que aún habrá un mayor crecimiento de las economías latinoamericanas debido al exitoso MERCOSUR y los acuerdos de libre comercio entre los países hispanohablantes y América del Norte, como por ejemplo el MCCA (Mercado Común Centroamericano) del año 1960, cuyo principal socio son los Estados Unidos, el TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) del 1994, el ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) del 1980 y la Comunidad Andina del 1969.¹⁵¹

Como ya he descrito detalladamente en el capítulo 4.2.1.5 “*La demanda por la enseñanza del español como respuesta a su importancia mundial*”, pero mencionado una y otra vez también en otros capítulos, el conocimiento de la creciente importancia de un idioma en la economía mundial estimula muchos estudiantes de diferentes países a estudiar dicha lengua. En China, por ejemplo, se multiplican con rapidez los requerimientos de la enseñanza del español, dado que hay un significativo crecimiento de los intercambios mercantiles y las relaciones económicas de todo tipo entre las dos orillas del Pacífico, tanto al norte como al sur del Canal de Panamá.¹⁵²

En términos generales, disponer de una lengua de alcance internacional importa mucho en la vida económica de los países en los cuales se habla dicha lengua. Por un lado, porque disponer de un idioma común o ampliamente difundido reduce los costes de transacción de todas aquellas operaciones que se realizan entre países de la misma comunidad idiomática o de comunidades en las que el español se aprende como segunda lengua, es decir, facilita la

¹⁵¹ cf. artículo “*La importancia del español*”, en: www.buenastareas.com, ver link completo en la bibliografía [01.02.2011]

¹⁵² cf. Instituto Cervantes 2010: 20

comunicación comercial internacional. Por otro lado, estimula las industrias culturales y la enseñanza del español. En general, la lengua es un poderoso facilitador de los flujos económicos internacionales.¹⁵³ Además, la lengua es un componente esencial del capital humano y social de una comunidad. De hecho se estima que aproximadamente 15% del PIB (Producto Interior Bruto) de un estado está vinculado a su lengua. Esto revela que desde una perspectiva económica, el peso y el potencial de un idioma están estrechamente relacionados con los índices macroeconómicos de los países en los que es lengua oficial.¹⁵⁴ En este sentido, el español es también una importante ventaja competitiva para los individuos y empresas que la comparten y es además un medio esencial para la internacionalización económica con todos los efectos dinámicos que el español trae consigo.¹⁵⁵ Según José Luis García Delgado de Fundación Telefónica, una lengua común es como una moneda común, dado que reduce los costes de los intercambios económicos y además reduce la distancia psicológica entre vendedor y consumidor. Por eso, el idioma es un importante factor de la dinamización comercial.¹⁵⁶

Pero, ¿cómo se valora el peso económico de una lengua? Los economistas distinguen entre, por lo menos, tres funciones económicas de un idioma, las cuales resumen muy bien lo anterior expuesto:

- La lengua como mercado: Se refiere a la enseñanza de la lengua, al turismo idiomático y a las actividades mercantiles asociadas, como los servicios lingüísticos, las ediciones de materiales didácticos para la enseñanza del español y las tecnologías de la lengua (desarrollo de herramientas, recursos informáticos, etc.)
- La lengua como soporte de la comunicación y la creación: Esta función se refiere sobre todo al sector cultural, que ha cobrado una gran importancia en la economía internacional con el crecimiento de las industrias culturales como la literatura, el teatro, el cine, la música, los medios de comunicación, etc.
- La lengua como idioma para el comercio: En relación con el comercio, la lengua y la cultura facilitan las inversiones internacionales reduciendo los costes de transacción

¹⁵³ cf. Instituto Cervantes 2010: 35, 135

¹⁵⁴ cf. Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 38, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

¹⁵⁵ cf. Instituto Cervantes 2008: 460

¹⁵⁶ cf. Manrique Sabogal 2010: *Entrevista en la feria de Guadalajara: “Lo que hay que saber del español”*, www.elpais.com, ver link completo en la bibliografía [27.11.2011]

(formación, información y negociación) y disminuyendo la distancia psicológica entre los agentes comerciales.¹⁵⁷

En lo pertinente a España, en los últimos años había un espectacular salto de las empresas españolas a los mercados internacionales. También en este caso un gran factor favorecedor de los intercambios comerciales entre España e Hispanoamérica es el hecho de compartir la misma lengua. Esto subraya que el idioma es un reconocido factor de aproximación o distanciamiento económico, según sea compartido o no por los habitantes de unos u otros países, como también la afinidad/cercanía cultural es un aspecto importante. Compartir una lengua, la misma religión, similitudes étnicas o unos vínculos históricos determinados son factores que potencian el comercio entre dos países. Está claro que una lengua común facilita la información sobre las oportunidades económicas en otros países y hace más comprensibles los estándares legales y contractuales. Significa que crea redes de confianza e identidad cultural o, dicho en una palabra, aproxima.¹⁵⁸

En general, la potencia económica de un idioma depende principalmente de dos factores: del número de hablantes y de la dinámica de crecimiento a lo largo del tiempo. Una gran ventaja es la presencia del español en un amplio número de países repartidos por todo el mundo. También la progresión en Estados Unidos y Brasil es muy ventajosa. La lengua española, en general, se presenta como un poderoso impulsor de los intercambios comerciales en el mundo. España comercia con los países hispanos de América más del doble de lo que hace Italia, por ejemplo, casi dos veces y media más que Alemania y en torno al triple que el Reino Unido o Francia. En muchos países hispanoamericanos España es el primer socio comercial europeo. Además hay grandísimos flujos de inversión directa desde España hacia Iberoamérica desde los años del gran salto al exterior, es decir, de la internacionalización de las empresas españolas. En este contexto es muy importante poner de relieve que fue el español el que ha ejercido un gran papel como instrumento de la internacionalización empresarial en las décadas recientes.¹⁵⁹

4.2.2.4 El estatus del español en las instituciones internacionales

El posicionamiento de una lengua en las organizaciones importantes del mundo es muy significativo por su estatus y valoración internacional. En general, las organizaciones

¹⁵⁷ cf. Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 39-40, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

¹⁵⁸ cf. Instituto Cervantes 2010: 120-126

¹⁵⁹ cf. Instituto Cervantes 2010: 115, 132-143

europas tienden a recurrir al inglés y al francés como lenguas de trabajo, mientras que las instituciones internacionales eligen inglés, francés y español como lenguas oficiales.

El español es lengua oficial en la Unión Europea, la UNESCO, el MERCOSUR, la OIEI (Organismo Internacional de Energía Atómica), la UAOEA (Organización de Estados Americanos), la OMS (Organización Mundial de la Salud), la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos), la Unasur (Unión de Naciones Suramericanas), la Caricom (Comunidad del Caribe), la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura) y en algunas otras. En la ONU, por ejemplo, hay seis lenguas de trabajo. Estas son: inglés, francés, español, chino, ruso y árabe. La NATO se limita al inglés y francés como lenguas vehiculares y de trabajo.¹⁶⁰

Hablando en general, lamentablemente hay una pérdida de vigencia del español como lengua operativa en los foros internacionales. Constantemente se reducen los idiomas utilizados en las sesiones de trabajo y en los procesos decisorios a favor del inglés, que se alzó como lengua franca en (casi) todas las instituciones internacionales (con excepción del MERCOSUR). Por lo tanto, es necesario que se inicie una defensa más eficaz del español en los organismos europeos e internacionales.

En el caso de la Unión Europea la situación es así que aunque el régimen lingüístico de la Unión establece que todas las lenguas oficiales deben tener la misma representación dentro de las instituciones comunitarias, en realidad sólo tres lenguas (el inglés, el francés y en muy menor medida el alemán), por circunstancias históricas, demográficas o políticas, disfrutan de una situación privilegiada. Quiere decir que estas lenguas son las más utilizadas en el trabajo diario de las instituciones, mientras que el español y el italiano ocupan la cuarta posición en esta clasificación.¹⁶¹

En el caso de la Unión Europea, España tiene grandes problemas para defender su estatus en una Unión de veintisiete países y múltiples idiomas. En esta situación se ve la gran debilidad de España cuando actúa sola, como único país hispanohablante en Europa. Significa que el español tiene un mayor peso en el sistema de las Naciones Unidas, del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional, porque en estos casos se tratan de veintiún países hispanohablantes que defienden el uso del español y no sólo de un país.¹⁶²

¹⁶⁰ cf. Instituto Cervantes 2010: 36-37

¹⁶¹ cf. Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 24, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

¹⁶² cf. Instituto Cervantes 2010: 201

4.2.3 La imagen del español, o de “lo español” en el extranjero

En primer lugar es importante explicar que este capítulo se concentra principalmente en la imagen de España en el exterior y no puede incluir la de todos los países hispanoamericanos, en primer lugar debido a la escasez de literatura sobre esta temática, y en segundo lugar debido a la extensión equilibrada de este capítulo en comparación con los otros. Sin embargo, intento ofrecer un panorama completo, que también incluye generalizaciones sobre la percepción de “lo español” o mejor dicho “lo hispánico” en todo el mundo. Aparte de eso, el presente capítulo incluye un subcapítulo con una focalización específica en las conexiones del área de habla alemana con los países hispanohablantes y su lengua desde una perspectiva histórica, lo cual ciertamente tiene repercusiones a la simpatía y a la imagen del español (y de la hispanidad) en los países germanohablantes.

El prestigio y la reputación de una lengua dependen en parte de características atribuidas a la lengua, pero sobre todo a sus hablantes. Los factores que contribuyen a prestigiar un idioma son variados y por supuesto dependen del contexto y de una multitud de otros aspectos individuales externos.¹⁶³ La imagen de un país es un elemento fundamental para defender los intereses de los estados en las relaciones políticas, económicas e internacionales. Hoy en día, los estados son conscientes de la importancia de su reputación, o mejor dicho de su “marca”.¹⁶⁴

La “marca” en el sentido estricto y original es un elemento identificador de una empresa y consiguientemente de un producto o servicio. Esta marca, que quiere ser siempre una señal de calidad, permite diferenciarlos de otros competidores y los hace únicos. Se asocia con determinados valores, atributos y características, que son comunes a los productos que comparten esta marca. Todo esto se puede decir también de los países, que asimismo tienen una cierta imagen y reputación. Pero a diferencia de un producto, la “marca” de un país es asociada a su historia, su gente, lengua, cultura, sus instituciones y estilos de vida. En resumen, es la imagen la que se percibe de un país en el extranjero. Lograr que la “marca hispanohablante” sea percibida y valorada positivamente, es la tarea de todos, de toda la población hispana en el mundo. Consiguientemente este hecho contribuye a un mejor posicionamiento de su lengua, el español. A través de la promoción de la cultura y lengua hispana se abren nuevos mercados, no sólo la enseñanza del idioma sino también el mercado de las industrias culturales ya descritas. En este punto quiero remitir a la labor del Instituto Español de Comercio Exterior, que he presentado detalladamente en la primera gran parte de

¹⁶³ cf. Junyent Figueras 1993: 69

¹⁶⁴ cf. Real Instituto Elcano 2003: informe “*Proyecto Marca España*”, p. 13-31, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.02.2011]

la tesina. Este Instituto está conciente de la relevancia de la difusión de la lengua española y su cultura para el fortalecimiento de la marca hispana y sus industrias culturales. La marca-país se crea también con ciertas actividades de las empresas o la proyección de la cultura, del cine, de la literatura, del arte y todos los otros campos, al exterior. Así la imagen, o mejor dicho la “marca” de un país, está presente en todo tipo de eventos y espectáculos.¹⁶⁵

Según Nuñez Florencio, la imagen de un país es la interacción compleja entre cómo se ven sus habitantes y cómo son vistos desde fuera, es decir, entre las percepciones internas y externas, que se condicionan mutuamente. La imagen condiciona la identidad y viceversa, porque en el fondo no puede haber una sin la otra. Quiere también decir que no puede haber identidad sin comparación, sin saber en qué somos iguales a los otros y en qué diferentes. Significa que la imagen ajena, es decir de los otros, está fuertemente caracterizada y influenciada por la imagen propia que sirve como “punto de partida”. En este sentido se notan sobre todo las diferencias de la otra cultura en comparación con la nuestra, las cuales pueden ser o vistas positivamente o criticadas. Por eso, en algunos casos, no estamos capaces de entender “lo otro”, dado que supera nuestro horizonte o nuestra fuerza imaginativa.¹⁶⁶

4.2.3.1 La imagen de España y de los países hispanoamericanos

La evolución de la imagen de España ha atravesado algunas fases. Los estereotipos y clichés de este país han cambiado a lo largo del tiempo. Históricamente predominaban dos arquetipos de España: uno derivado de la leyenda negra y de la decadencia del Imperio, lo cual mostraba a España como país europeo arrogante y altivo, ineficaz y mal gobernado, intolerante y profundamente religioso. A continuación, este arquetipo fue retomado por los ilustrados. El segundo arquetipo deriva del romanticismo, donde España fue mostrada como país exótico, de tradiciones culturales orientales, constituido por hombres y mujeres auténticos, amantes de la libertad inmediata, apasionado, pero incapaz de comportamientos racionales y civilizados. En los últimos años la imagen de España ha mejorado bastante, de un país menos avanzado y desarrollado a un país moderno, aunque algunos de los estereotipos antiguos predominaban hasta nuestros días. Hoy en día los españoles destacan como pueblo con aspectos expresivos y “cálidos” de la vida, como la emoción, la vitalidad y el ocio. Se considera como país bueno para vivir (aunque malo para trabajar pero no tan malo como por ejemplo Italia). En los últimos años el fútbol es uno de los aspectos que mejor vende la imagen de España, aunque muchos de los jugadores no son realmente españoles, sino que tienen una nacionalidad

¹⁶⁵ cf. Instituto Cervantes 2008: 762-764

¹⁶⁶ cf. Nuñez Florencio 2001: 289-291

distinta. En el contexto europeo probablemente la cultura española no se percibe con el mismo prestigio como la de Italia o Francia. Pero en términos generales, España dispone de una muy buena imagen cultural y artística en el panorama internacional. Eso, entre otras cosas, debido a la creciente participación del país en la política internacional, con buenas relaciones económicas con América Latina y el mundo árabe. La pujanza del español y de la cultura hispana en los Estados Unidos ofrece también una de las oportunidades para aprovechar. Resumiendo, se tiene que poner énfasis en el hecho de que en el contexto internacional la lengua es la más exquisita marca renombrada para España, es decir es un activo formidable, tanto en términos económicos como sociales. De todo eso se deduce que con esta lengua el país logra posicionarse en los mercados internacionales.¹⁶⁷

Además cabe resaltar que las imágenes de un país no son espontáneas, es decir no se forman de la noche a la mañana, sino que se trata de un largo y complejo proceso de formación. Como he explicado en el párrafo anterior, en la imagen exterior (de España) pervivieron viejos tópicos y estereotipos del pasado, que sólo en parte son ventajosos para la lengua española. Pero en general la percepción que tienen los restantes países europeos de España es bastante positiva, dado que ha superado ampliamente su retraso respecto a libertades y al nivel de vida. Además, de un país de emigración se ha convertido en un país de fuerte inmigración. En todo este proceso de formación de la imagen aparecen también acciones políticas explícitas, es decir, el proceso de formación de la imagen de un país no es libre de cierto control. Significa que en la construcción de la imagen de España trabajan tanto empresas privadas como estatales. Entre los protagonistas figuran algunas de las instituciones descritas en la primera gran parte de la tesina: el Ministerio de Asuntos Exteriores, el Instituto Cervantes, Turespaña (Instituto de Turismo de España), la Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior, el Instituto Español de Comercio Exterior y algunas otras.¹⁶⁸

En el informe “*Proyecto Marca España*” del Real Instituto Elcano¹⁶⁹ se hizo una interesante y reveladora lista de las asociaciones de ideas cuando se piensa en España:

Geografía y clima:	se identifica a España con el sol y la playa, y en consecuencia, verano y vacaciones.
--------------------	---

¹⁶⁷ cf. Real Instituto Elcano 2003: informe “*Proyecto Marca España*”, p. 13-31, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.02.2011]

¹⁶⁸ cf. Real Instituto Elcano 2003: informe “*Proyecto Marca España*”, p. 61, 101, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.02.2011]

¹⁶⁹ Es una fundación privada, constituida en 2001 bajo la Presidencia de Honor de S.A.R. el Príncipe de Asturias para servir de foro de discusión y análisis de las relaciones internacionales de España.

Literatura:	escritores como Cervantes y García Lorca, personajes como Don Quijote y Sancho o Don Juan.
Pintura:	Goya, Velázquez, Picasso, Dalí, Miró
Cine y espectáculos:	Buñuel, Saura, Almodóvar, Victoria Abril.
Arquitectura y diseño:	Gaudí es el arquitecto español con mayor proyección internacional.
Música y folklore:	se asocia a España con el flamenco, el tango y la música de guitarra.
Historia:	aparecen luces y sombras: la inquisición, Colón y el descubrimiento de América, Guerra Civil y dictadura franquista, ETA y movimientos separatistas, S.M. Don Juan Carlos I.
Deportes:	fútbol, toros, golf.
Gastronomía:	tapas, paella, vino y sangría, aceite de oliva/aceitunas, marisco, naranjas.
Turismo:	en unos países se admira el desarrollo turístico de España y la calidad de servicio; en otros, se percibe el turismo masificado de costa.
Carácter de la gente y valores:	apasionados, emocionales, impulsivos, vagos, machos, machistas, caballeros, orgullosos, ruidosos, familiares, religiosos, atractivos, sociables.
Modus vivendi:	disfrutar la vida al máximo, trabajar para vivir y no viceversa; vida calmada, sin estrés, siestas, horario de comidas, actitudes frente al trabajo; vida al aire libre; fiesta; respeto a las tradiciones. ¹⁷⁰

Como en parte demuestra esta lista, hay aún un fuerte dominio de estereotipos, clichés y generalizaciones asociados con España, que claramente a lo largo del tiempo pueden cambiar. También hay muchas personas que inmediatamente piensan en las corridas de toros (con opiniones diferenciadas sobre “la moralidad” de estas corridas), en la siesta y en segundo lugar en el turismo, la comida y la música, cuando se oye la palabra “España”.¹⁷¹ En otros casos, España es vista como patria del Quijote, la tierra de Fígaro y el marco de las aventuras del Don Juan. Además es la tierra del jerez y de la ópera *Carmen*, tierra del sol y del vino, con ciudades monumentales, moda y diseño. Estas enumeraciones demuestran que las polifacéticas imágenes nacionales siempre forman parte de las mentalidades colectivas y por eso, el proceso de formación de estas imágenes es muy complejo. Casi siempre influyen elementos reales e inventados, mitos y hechos legendarios de la historia del país. Estos se convierten en los hechos o objetos característicos y simbólicos y en las representaciones intemporales del país, de su gente y su cultura.¹⁷²

¹⁷⁰ www.realinstitutoelcano.org/publicaciones/informe.pdf, p. 69 [15.02.2011]

¹⁷¹ para más información leer también la encuesta sobre palabras asociadas con España del 2008 en “*La imagen de España en Estados Unidos*” del Real Instituto Elcano, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.04.2011]

¹⁷² cf. Nuñez Florencio 200: 14, 24

Lo mismo vale por los países hispanoamericanos: también con estos países se asocian ciertos mitos y hechos legendarios de la historia, tanto de la historia cultural como política. Cuando se habla de Hispanoamérica en general, se piensa en la pobreza, el gran abismo entre ricos y pobres, las dictaduras, los indígenas, las guerrillas, los carteles de drogas, el fútbol, la corrupción, el folklore, la naturaleza fascinante y exótica, la magia, la creencia en los espíritus, el machismo, las grandes reservas de materias primas y su explotación y también en personalidades como Castro, “Che” Guevara y Salvador Allende.¹⁷³

4.2.3.2 Las asociaciones con la lengua española

Y ¿cuáles atributos se percibe del español como lengua? Está claro que también la simpatía por una lengua es siempre muy subjetiva. Cada persona tendrá la suya, que es el producto de las circunstancias, de sus experiencias y sus expectativas. Por eso, de todas formas hay que distinguir las diferentes imágenes de la lengua española en los distintos países. Sin embargo, existen también coincidencias, cruces, es decir imágenes similares o iguales. En parte, claramente, se trata de estereotipos, que sólo en algunos rasgos corresponden a la realidad. Indudable es que la imagen de una lengua se debe sobre todo a la de los países en los que se habla dicho idioma, es decir a la percepción exterior de estos países.¹⁷⁴ Los estudiantes de Australia, por ejemplo, ven al español como “divertido, sexy y exótico” y por eso cada vez más alumnos se matriculan en los cursos de lengua. En particular, Hispanoamérica es muy exótica para muchos estudiantes, les encanta viajar y por eso son entusiasmados a aprender la lengua. Además los estudiantes se sienten atraídos por las películas de Pedro Almodovar, por la salsa, por el flamenco y también por la historia, el pasado de la comunidad hispana. Otro factor atractivo es el hecho de que los negocios de Australia con América Latina aumentan constantemente y por eso estudian español por razones prácticas, profesionales, porque la lengua les resulta útil. Pero también en otros continentes y países como Japón o India, lo español y sobre todo el español está de moda.¹⁷⁵

En todo caso se puede decir que la reputación y la imagen del español como lengua son muy buenas en todo el mundo. En general, la población es conciente del valor útil del español, sobre todo respecto a su futuro. Por eso, por cualquier estereotipo o cliché que predomina sobre algunos de los países hispanohablantes, un hecho queda claro: el español une a todas la imágenes, porque une a todos los países y por lo menos en cierta medida les dota a todos con

¹⁷³ cf. Wiese 1992: 94, 128-132

¹⁷⁴ cf. Victoriano Colodrón 2002: *Tertulia sobre la imagen del español: “Una lengua simpática”*, www.cuadernodelengua.com, ver link completo en la bibliografía [20.02.2011]

¹⁷⁵ cf. Marcos-Marín 2006: 54

un determinado grado de prestigio por disponer de una lengua internacional con un gran potencial en el futuro, el cual será el tema del capítulo 4.3.

4.2.3.3 Focalización específica II:
Los enlaces del área de habla alemana con los países hispanohablantes
y su lengua – contextos y conexiones históricos

En este capítulo especial se ofrece una visión panorámica sobre las relaciones de los países hispanohablantes con los de habla alemana, principalmente desde el punto de vista histórico, lo cual, en un cierto sentido, tiene también repercusiones al “boom” actual y a la imagen del español (y de la hispanidad) en los países germanohablantes. Dicho foco específico ayuda a entender mejor la afinidad por la lengua española presente en Alemania y también en Austria, la cual probablemente ya tuvo su origen en el pasado. El conocimiento de que la lengua española será cada vez más importante en el ámbito internacional (su gran valor de uso presente y futuro) y la simpatía por los países hispanohablantes en general, adicionalmente favorecen este desarrollo. Las informaciones presentadas en el presente capítulo se basan sobre todo en mis propios conocimientos, completados por conversaciones profundas con un historiador y por dos libros sobre este tema.

- *Alemania*¹⁷⁶

Las relaciones alemanes con los países de América del Sur siempre han sido muy complejas, dado que en el pasado influyeron tanto ideas políticas/ideológicas como comerciales. Después del 1945 muchísimos alemanes (bajo los cuales se encontraron también muchos nacionalsocialistas, que consiguientemente formaron verdaderas colonias alemanes) emigraron por ejemplo a América del Sur y a Australia, principalmente por la falta de perspectivas económicas en los tiempos de la posguerra y por el miedo de una persecución política de vía penal. Poco a poco la RFA (República Federal de Alemania) se recuperó económicamente después de la Segunda Guerra Mundial y se desarrolló paulatinamente en la potencia económica más importante de Europa Occidental. Su más importante socio fueron los Estados Unidos, porque eran la primera potencia mundial en la economía y los responsables por el así llamado “Plan Marshall”¹⁷⁷. Mediante esta conexión con los Estados Unidos los alemanes intentaron también comerciar con los estados de América del Sur (sobre todo con México, Brasil y Argentina) para intensificar los contactos comerciales ya

¹⁷⁶ cf. Wiese 1992: 67-72

¹⁷⁷ Bajo el término “Plan Marshall” (oficialmente denominado European Recovery Program) se entiende la ayuda de los Estados Unidos por la reconstrucción de los países europeos después de la Segunda Guerra Mundial y para contener un posible avance del comunismo.

establecidos anteriormente (=materia prima y productos agrarios contra productos industriales). Con los países comunistas (p.e. Cuba) y con los países que reconocieron la RDA políticamente, la RFA de momento no tuvo contactos comerciales ni políticos, pero poco a poco intentaron acercarse también a aquellos países. Un caso interesante es la conexión con Chile, el país que me sirve como protagonista ejemplar en las siguientes explicaciones. Cuando Augusto Pinochet se adueñó del poder en Chile (con el golpe de estado contra el presidente socialista Salvador Allende en el 1973), la RFA tuvo sobre todo intereses económicos, porque Chile era un muy prometedor mercado futuro (entre otras cosas por sus recursos) para la venta y la producción de los productos alemanes (automóviles, etc.). Así, en el contexto de la política de desarrollo alemana se construyeron carreteras, fábricas y mineras en Chile y se impulsaron el desarrollo tecnológico en este país (telecomunicaciones, etc.). Mucho tiempo el gobierno de Pinochet pudo contar con el apoyo de los partidos de la RFA (principalmente de la CSU). En estos tiempos muchos alemanes fueron a trabajar a Chile, aprendieron la lengua española y algunos emigraron permanentemente. Cada vez más personas que vivieron en la RFA se pusieron a aprender el español por las relaciones económicas con Chile (y América del Sur en general). Entonces, en estos tiempos había muchos alemanes en Chile, como por ejemplo en la *Colonia Dignidad* (conocida como una secta y fundada ya en el 1961 por el alemán Paul Schäfer), que fue una población de origen alemán estrictamente controlada, en la cual se practicaron la tortura y la cual se convirtió paulatinamente en un verdadero centro de tortura del servicio secreto de Chile. Esta colonia tenía relaciones con extremistas de derechas como la Patria y Libertad y así apoyó indirectamente el golpe de estado del militar chileno contra Allende. Por un lado esta colonia se ocupó de la infiltración de armas de fuego y municiones desde Alemania bajo el aprovechamiento de ventajas jurídico-arancelarias y al mismo tiempo se desarrolló en un centro de exportación de, por ejemplo, titán a Alemania. Por el contrario, la RDA (República Democrática Alemana) quería condenar a Pinochet por sus torturas y recogió miles de refugiados políticos chilenos durante aquellos años. En aquellos tiempos además se formaron algunos grupos solidarios en Alemania que expresaron una afinidad y simpatía con los oponentes de Pinochet y con los perseguidos políticos. En este contexto surgieron más de cincuenta “comités chilenos” y otras organizaciones que ofrecieron su ayuda a los refugiados. Pero no se debe olvidar que generalmente las opiniones de la población alemana sobre los chilenos refugiados difirieron considerablemente en aquellos tiempos, según la convicción política de cada uno.

Resumiendo se puede decir que Alemania contribuyó considerablemente al desarrollo económico de los países hispanoamericanos, sobre todo hasta los años ochenta. También hoy en día Alemania está presente en América del Sur con muchísimas fábricas y otras empresas. Todo eso ha llevado consigo que en América Latina se encuentran muchísimas instituciones culturales alemanes (Institutos Goethe o también escuelas alemanes).

Respecto a las relaciones entre Alemania y España, puede referirse al gran desarrollo turístico en España a finales de los años cincuenta del siglo pasado (sobre todo en las grandes ciudades y en las costas). Por eso se necesitaron mano de obra, que en parte vino desde Alemania. Pero a finales de los años cincuenta y comienzos de los años sesenta también muchos españoles emigraron a Alemania con el fin de encontrar un mejor trabajo y futuro en la económicamente floreciente RFA. Consiguientemente trabajaron en las fábricas y mineras alemanes y mandaron gran parte del dinero a sus familiares a España (sobre todo a las familias campesinas), lo cual tenía también repercusiones positivas a la economía española.

También actualmente muchos alemanes emigran a España porque aman el sol y la mentalidad y tienen el deseo de pasar la tercera edad allí. Por eso se estima que actualmente un medio millón de alemanes vive en España (principalmente en las Islas Canarias, Mallorca y a lo largo de las costas).

- *Austria*¹⁷⁸

Con respecto a las relaciones de Austria con España en el pasado, se piensa enseguidamente en la política matrimonial de los Habsburgos, que tenían como lema „*Bella gerant alii, tu felix Austria nube.*“ En primer lugar la política matrimonial fue dirigida a consolidar los contactos con España para ampliar el poder y para aislar así constantemente al rival Francia. Felipe I de Austria el Hermoso (1478-1506), hijo del emperador alemán Maximiliano de Habsburgo y de María de Borgoña, fue el primer rey habsburgo de España y gobernó sobre Castilla y León. En el año 1496 se casó con Juana la Loca, hija de Isabel I de Castilla y de Fernando II de Aragón, que fueron los llamados Reyes Católicos. Después de la muerte de Isabel la Católica en el año 1504, Juana fue nombrada reina de Castilla y León. En el testamento de Isabel se decía que en el supuesto de la incapacidad de Juana para asumir sus funciones lo debería cumplir su padre Fernando. A partir de entonces se produjeron enfrentamientos entre Felipe y su suegro Fernando por la regencia. Carlos V saltó su madre Juana (incapacitada por su enfermedad) en la sucesión legítima y subió al trono (Castilla y León) después de la muerte de

¹⁷⁸ cf. Sellés-Ferrando 2004: 55-82, 135-209

su abuela, y a continuación, en el 1516, después de la muerte de su abuelo también al trono de él (Aragón). Así se produjo una unión de los reinos de Castilla y Aragón bajo un emperador (llamado Carlos I de España). En el año 1556, con los sucesores de Carlos V, los Habsburgos se dividieron en una línea española y en una austríaca. Después de la desaparición de la línea española con Carlos II el Hechizado, los Habsburgos austríacos sólo pudieron ganar una pequeña parte en la Guerra de Sucesión Española.

Por supuesto, en todo aquel tiempo Austria y España se influyeron cultural como también espiritualmente (con claras repercusiones a la difusión y al prestigio de la lengua española en el área de habla alemana). Además importante en este contexto era el ceremonial cortesano español, el cual en el siglo XV se desarrolló en los cortes de los duques de la Borgoña. Mediante la sucesión hereditaria los Países Bajos cayeron a los Habsburgos, lo cuales introdujeron este ceremonial tanto en la corte española de Carlos V como a Viena bajo su hermano Fernando de Austria. Cuando Carlos vino a Alemania llevó consigo su corte, la cual practicaba un extremadamente estricto, formal y profundamente organizado ceremonial cortesano. Puesto que España tuvo la hegemonía en Europa hasta el 1650, este ceremonial de origen Borgoña se difundió como ceremonial cortesano español en las otras cortes europeas. En Austria se lo practicaron hasta José II (1741-1790).

Además muy importante mencionar en relación con las conexiones entre España y Austria en el pasado es la Escuela Española de Equitación con sede en Viena. La equitación es una herencia de España y su cuidado era la tarea de la Casa de Austria, denominación por la dinastía Habsburgo reinante en la Monarquía Hispánica en los siglos XVI y XVII. Originalmente la Escuela de Equitación de Viena sirvió para enseñar a la familia imperial. Lo “español” en su nombre deriva de la denominación de la raza de los caballos en la península ibérica, la cual era muy apropiada por la equitación clásica. Pero los caballos de la familia imperial no venían exclusivamente desde España, dado que no se pudo cubrir la gran demanda y además los gastos del transporte fueron muy altos en esos tiempos. Sin embargo, los españoles, sus caballos y su arte de equitación contribuyeron considerablemente a la cría de caballos en Viena. Hoy en día es una famosa atracción turística y conocida en todo el mundo.

4.3 Pronósticos sobre el futuro del español

Este capítulo ofrece una perspectiva sobre el futuro de la lengua española en el mundo, en primer lugar en términos generales, pero también concentrándose especialmente en el presumible gran desarrollo de la lengua en los Estados Unidos y Brasil. Según los expertos, en estos dos países está acuñado el próspero futuro del idioma, que lo hace aún más potente en el ámbito internacional.

4.3.1 Las condiciones previas del español como base de las suposiciones futuras

El español se ha convertido en la cuarta lengua más hablada del mundo. El crecimiento demográfico de la población hispanohablante es notable y también el número de los estudiantes que aprenden español como lengua extranjera aumenta constantemente. Es una lengua muy dinámica, siempre en evolución, pero sin perder de vista su fértil historia. Por todo eso su prometedor porvenir es incuestionable.

En las próximas décadas los hablantes nativos de lengua española seguirán aumentando más rápido que los de chino o inglés, aunque menos que los de hindi o árabe. El Instituto Cervantes estima que en 2020 los hablantes de español en los países donde es oficial, podrían haber alcanzado a los de inglés. Como ya se mencionó en los capítulos anteriores, en comparación con las otras lenguas internacionales, el español destaca por su vitalidad demográfica, su gran índice de natalidad, su relativa homogeneidad lingüística y su cohesión territorial. El 96% de los habitantes de los países donde la lengua española es oficial, tienen un dominio nativo del idioma, el cual representa un porcentaje más alto que el del árabe con 78%, del chino con 69%, del ruso con 62,4%, del francés con 33% y del inglés con 25%.¹⁷⁹ Un análisis de la evolución demográfica entre 1950 y 2050 de los cinco idiomas más hablados en nuestro planeta, que son el chino, el inglés, el hindi, el español y el árabe, demuestra que en términos relativos, la proporción de hablantes de chino e inglés desciende por razones de la demografía mundial. Pero tanto el español como el hindi registrarán un aumento moderado pero continuo de su número de hablantes. El árabe, que aunque revela un nivel menor de uso, presentará también un mayor crecimiento relativo.¹⁸⁰

Según el informe *“El español, una lengua viva”* del Instituto Cervantes del año 2010, la Britannica World Data estima que en 2030 el 7,5% de la población mundial será

¹⁷⁹ cf. Instituto Cervantes 2010: 59-60

¹⁸⁰ cf. Instituto Cervantes 2010: informe *“El español, una lengua viva”*, p. 12, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

hispanohablante, que sería un total de 535 millones de personas. Para entonces sólo el chino superará a la lengua española como grupo de hablantes de dominio nativo. Además, estiman que en el 2050 los Estados Unidos será el primer país hispanohablante del mundo y que en conjunto habrá aproximadamente 550 millones de hispanohablantes en nuestro planeta.¹⁸¹

En relación con la contraposición del inglés con el español como lenguas internacionales, lo cual representó una de las temáticas de los capítulos de la parte teórica (ver capítulo 3.4.), el informe “*Proyecto Marca España*” del Real Instituto Elcano del año 2003 resume muy bien las ventajas de la lengua española frente a la inglesa. Se puede decir que el español es el gran competidor (actual y futuro) del inglés. Este último está ligado a uno o dos países, mientras que la lengua española se encuentra ligada a dos continentes y además va acortando distancias frente al inglés, gracias a su relativa homogeneidad y unidad de normas entre países. También la centración de la lengua, sobre todo en Latinoamérica, es un factor que favorece el español frente a la fragmentación del inglés, tanto geográfica como lingüística.¹⁸²

Además la firma de acuerdos, tratados y convenios como el ya mencionado Mercosur, el Mercado Común Centroamericano, el Pacto Andino o el Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México y el despegue económico de países como Chile, están convirtiendo a la enorme masa hispanohablante en el continente de América Latina no solamente en una comunidad con una rica tradición cultural sino también en un atractivo mercado. Este hecho se encuentra entre las razones y motivaciones principales por las que cada vez hay mayor interés en aprender español por parte de estudiantes de países de todo el mundo. Se estima que el español puede convertirse en una de las claves de las relaciones económicas de América y del área del Pacífico. Esta tendencia explica también el aumento de la demanda de enseñanza de la lengua en países como Australia, Japón y los ya mencionados países norteamericanos.¹⁸³

Europa es el continente donde la situación del español resulta más preocupante. Demográficamente ocupa la quinta plaza dentro de la Unión Europea, pero en otros conceptos se sitúa en un puesto inferior. Los mayores gastos de la administración comunitaria se pagan por el francés o el inglés y no por traducciones al español.¹⁸⁴ Históricamente el español no ha sufrido en Europa de una presencia y un prestigio tan inferior como en la actualidad, sino al

¹⁸¹ cf. Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 6-10, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

¹⁸² cf. Real Instituto Elcano 2003: informe “*Proyecto Marca España*”, p. 43, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [15.02.2011]

¹⁸³ cf. Tamarón 1995: 231-232

¹⁸⁴ cf. Marcos-Marín 2006: 33

contrario. La política de los Habsburgo en el siglo XVI y primer tercio del XVII otorgó al español una posición clara de lengua internacional en Europa, aunque el latín era oficialmente la lengua de intercambio de los documentos oficiales internacionales. Sin embargo, la conveniencia de conocer y también usar el español era clara. Aunque el español, en Europa, no fue jamás una lengua franca en el sentido estricto del concepto, sí que fue una lengua de prestigio, sobre todo durante el siglo XVI y el temprano siglo XVII, lo cual tuvo su origen en la dominancia de España en Europa.¹⁸⁵ En este contexto Marcos-Marín menciona la anécdota sobre el desafío solemne de Carlos V a Francisco I de Francia en 1536 en presencia del Papa, la curia y la diplomacia con esta afirmación del propio emperador, después de la protesta del embajador de Francia, que pretendía no entender el discurso imperial: *“Señor obispo, entiéndame si puede y no espere de mí otras palabras que de mi lengua española, la cual es tan noble que merece ser sabida y entendida de toda la gente cristiana.”*¹⁸⁶

4.3.2 La importancia de la comunidad hispana en los Estados Unidos para el futuro del español

Uno de los contextos más determinantes para el avance del español como lengua de comunicación internacional será constituido por los Estados Unidos, que desempeñan un papel principal en el escenario político y socioeconómico internacional. Es decir, el porvenir más floreciente para el idioma español está en que se asiente como segunda lengua allí. En los Estados Unidos el español es la segunda lengua de la nación, dado que los hispanohablantes, que huyeron de las inestabilidades políticas y económicas y de la falta de expectativas en América Latina, ocupan ya más de un 15% de la población. Este porcentaje crece año tras año, así que la población hispana en los Estados Unidos supera ampliamente los 40 millones.¹⁸⁷ Representan la primera minoría étnica en el país superando a los afroamericanos. Por todo eso, los Estados Unidos ocupan la primera posición entre los países de habla no hispana con mayor población hispanohablante. Las proyecciones demográficas más recientes sitúan a los hispanos estadounidenses por encima de los 132 millones para el año 2050 (que sería el triple de los 46,7 millones de la actualidad), lo cual convertirá a los Estados Unidos en el primer país del mundo con mayor número de hispanohablantes, según el Instituto Cervantes. La comunidad hispana residente en los Estados Unidos se ha convertido ya en la décima potencia económica del mundo, dado que su poder adquisitivo se ha duplicado en los

¹⁸⁵ cf. Ammon/Mattheier/Nelde 2001: 59

¹⁸⁶ Marcos-Marín 2006: 31-32

¹⁸⁷ Según el informe *“El español, una lengua viva”* del Instituto Cervantes del 2010, hay 36.305.000 hispanohablantes de dominio nativo y 6.405.000 de dominio limitado de español en los Estados Unidos. www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

últimos años y consiguientemente su valor estratégico en la vida pública americana empieza a ser determinante.¹⁸⁸

En los Estados Unidos, después de la introducción de la lengua española en la enseñanza pública secundaria, el porcentaje de los alumnos que elegían dicho idioma crecía de 60% a 80%. El Instituto Cervantes, que ha reconocido la excepcional coyuntura de la lengua española en los Estados Unidos, cuenta hoy con cuatro sedes en los Estados Unidos, que se ubican en Nueva York, Chicago, Albuquerque y Seattle. Desde estos centros el Instituto atiende la demanda de cursos de español y se ocupa de la formación especializada del profesorado. Además, su labor incluye la difusión cultural de las creaciones artísticas y científicas españolas e hispanoamericanas.¹⁸⁹ Los estadounidenses aprenden español porque saben que así pueden acceder a un mercado cada vez más creciente, pueden establecer contactos políticos, sociales y económicos con los países hispanohablantes comunicándose con la gente en su lengua, la cual se ha convertido en un idioma considerablemente potente en el ámbito internacional.¹⁹⁰

El español ya es evidente en cada segmento de la vida estadounidense, lo cual significa que ya existe una infraestructura bien elaborada en español. Quiere decir que ha pasado del ámbito doméstico a todos los sectores sociales, comerciales, a los servicios públicos y medios de comunicación, etc. Como ya he expuesto antes, la comunidad hispana está caracterizada por un alto índice de natalidad, por un bajo índice de mortalidad y por la juventud de la población inmigrante¹⁹¹, que claramente también tiene una tasa de fertilidad más alta. El poder de compra de los hispanos, los ingresos generados por las empresas propietarias de hispanos y el valor en dólares del mercado de música latina son también muy altos y por consiguiente significativos en este contexto.¹⁹² Las empresas, que son totalmente o mayoritariamente hispanas, muestran una pujanza extraordinaria en todos los sectores, desde la industria y la construcción hasta las finanzas, los servicios y la manufactura. Por tal razón, esta comunidad representa un componente de creciente importancia en la economía de los Estados Unidos.¹⁹³

¹⁸⁸ cf. Instituto Cervantes 2009: 19-20

¹⁸⁹ cf. Instituto Cervantes 2009: 21

¹⁹⁰ cf. Marcos-Marín 2006: 175

¹⁹¹ La población hispana es más joven que la media estadounidense. En 2006 el 33,8% eran menores de 18 años frente al 21,3% de no hispanos. (para ulterior información ver el informe *“El español, una lengua viva”* del Instituto Cervantes del 2010, www.aulaintercultural.org, link completo en la bibliografía [15.07.2011])

¹⁹² cf. Criado 2002: *¿Perdurará lo ‘hispano’ en USA?*, www.realinstitutoelcano.org, ver link completo en la bibliografía [18.12.2010]

¹⁹³ cf. Instituto Cervantes 2009: 1005

En uno de los capítulos siguientes, en el 4.4, se presentan pero los obstáculos que pueden impedir este desarrollo prometedor del español en los Estados Unidos.

4.3.3 El creciente papel del español en Brasil como factor importante para el futuro

La enseñanza del español en Brasil es también un importante factor para el futuro del español en el mundo. Durante las últimas décadas el interés por el español y sobre todo por aprender esta lengua ha crecido de una forma notable. Entre otras cosas, esto es claramente el resultado de una larguísima historia de contactos lingüísticos y de vecindad socio-política entre Brasil y los países hispanohablantes que lo rodean. La apertura definitiva y decidida de Brasil hacia su entorno fue cuando se creó la alianza económica “Mercosur” y se presentó la recuperación económica que desde hace algún tiempo se viene apreciando en el Cono Sur. Supuestamente también la presentación ante el Congreso Nacional en el año 1993 del proyecto de ley encaminado a establecer la obligatoriedad de la enseñanza de la lengua española en los niveles primario y secundario del sistema educativo brasileño se encuentra entre uno de los pasos significativos hacia el español. En el año 2005 se aprobó definitivamente la llamada “*Ley del Español*”, que obliga a estudiar dicha lengua en sus 20.000 institutos de secundaria. Por consiguiente, y en suma, se calcula que en la actualidad, tomando conjuntamente los datos relativos a la enseñanza primaria y secundaria, hay aproximadamente cinco millones de estudiantes del español como lengua extranjera en Brasil. Esta gran demanda por el español, también en otras instalaciones y centros, ha llevado consigo que no se cuenta con suficiente profesorado de español, es decir, la demanda supera ampliamente los medios y el personal de que dispone el sistema educativo oficial.¹⁹⁴

A causa de todas estas circunstancias apenas descritas, el Instituto Cervantes indica en su informe “*El español, una lengua viva*” del 2010 que el gobierno de Brasil estima que en sólo una década el país contará con unos 30 millones de personas que hablarán español como segunda lengua.¹⁹⁵

¹⁹⁴ cf. Tamarón 1995: 219-223; Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 65, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

¹⁹⁵ cf. Instituto Cervantes 2010: informe “*El español, una lengua viva*”, p. 14, www.aulaintercultural.org, ver link completo en la bibliografía [15.07.2011]

4.4 Contraposición de las ventajas y de los obstáculos del español para ser lengua internacional

Este capítulo, que concluye el segundo estudio empírico de mi tesina, plantea un análisis de las varias ventajas pero también de los déficits y obstáculos del español, o sea de los países hispanohablantes, para internacionalizarse, según el escritor y periodista Álex Grijelmo¹⁹⁶, los lingüistas Ramón Lodares¹⁹⁷ y Francisco A. Marcos-Marín¹⁹⁸ y las evaluaciones del Instituto Cervantes.

Si se consideran los seis factores decisivos de una lengua internacional, mencionados en el capítulo introductorio, que enumeró Juan Ramón Lodares en su libro *“Gente de Cervantes”*, se comprueba lamentablemente que la lengua global, el español, tiene algunos déficits relevantes. Aunque se podría ser optimista por el hecho de que el español se mantiene en la, según él, tercera plaza en la competición de 6.170 lenguas en el mundo, se tiene que admitir que en determinados factores el español está por debajo de otras lenguas, es decir en comparación con el inglés, el francés, el ruso o el alemán. Estos factores serían sobre todo el desarrollo humano y el valor económico de sus hablantes, dado que muchísimos hispanohablantes viven en el Tercer Mundo. No obstante, se compensan estas faltas con una amplísima extensión geográfica, una aceptable unidad y una sobresaliente cifra de usuarios.¹⁹⁹ Respecto a la unidad del español, el autor del libro *“Defensa apasionada del idioma español”*, Álex Grijelmo, está de acuerdo con Lodares, dado que sólo en el vocabulario más común, familiar y coloquial se producen las mayores diferencias y no en el literario o culto, y a pesar de eso, opina que los hispanohablantes tienen un sexto sentido, que generalmente les ayuda a entenderse cuando conversan con personas de diferente procedencia.²⁰⁰ En este contexto Grijelmo cita a Camus²⁰¹, que dijo que toda la población hispanohablante está unida por su pensamiento, independientemente de la variante del español que hablan:

*“Si tuvo razón Camus al decir que el idioma es nuestra patria, todos nosotros compartimos una nación sentimental con 400 millones de personas y con cualquiera de sus palabras o sus acentos, unidos por el pensamiento y con todos los colores de la piel.”*²⁰²

¹⁹⁶ Álex Grijelmo (*1956)

¹⁹⁷ Juan Ramón Lodares (1959-2005)

¹⁹⁸ Francisco A. Marcos-Marín (*1946)

¹⁹⁹ cf. Lodares 2001: 165

²⁰⁰ cf. Grijelmo 1998: 104

²⁰¹ Albert Camus (1913-1960) fue un muy conocido escritor y filósofo francés, en 1957 recibió el premio nobel

²⁰² Grijelmo 1998: 285

Además, otra circunstancia beneficia considerablemente el valor del español como lengua internacional. El hecho fundamental de que la lengua española está dispersa por todo el mundo con centro en Hispanoamérica (de cada nueve personas que hablan español ocho son americanas) permite hacer la siguiente comparación: si se habla una lengua con muchísimos hablantes pero sólo se le permite trasladar sin tener que cambiarla a lo largo de unos mil kilómetros (como en el caso del bengalí) o de un poco más de dos mil kilómetros (éste es el caso del japonés) o incluso de cuatro mil kilómetros (como en el caso del chino), está claro que la lengua española lleva ventaja, porque se le permite trasladar distancias que multiplican por cinco las citadas.²⁰³

Cabe señalar con vigor, como ya en los capítulos anteriores, que el número de hablantes de una lengua no es el único factor relevante, que caracteriza a una lengua internacional. Significa que el hecho de que una lengua sea extensa y se hable en varios países, no quiere decir que sea automáticamente internacional. Los adjetivos de internacional, global, universal y franca se aplican sólo a lenguas con mucha “generosidad”. Por eso, se puede hacer la diferenciación entre lenguas genuinamente internacionales y lenguas más bien multinacionales. El inglés es hoy una lengua internacional, el francés disfruta asimismo de la internacionalidad, que le brindan sobre todo los foros diplomáticos, mientras que el español es más bien multinacional, porque se habla en varios países. Pero está por desarrollarse en una lengua internacional muy potente debido a sus avances en diferentes sectores en las últimas décadas. El francés y el inglés han conseguido la condición de internacionalidad al ocupar en los dos últimos siglos el lugar que el español había ocupado antes. Fueron lenguas de grandes potencias coloniales, que abrieron rutas mercantiles o aprovechaban las rutas ya abiertas y tenían ejércitos poderosos, aunque en el caso del francés el “ejército” era de funcionarios, una diplomacia hábil, empresarios y emigrantes bien dispuestos. La lengua española jugó este papel desde finales del siglo XV hasta principios del XIX.²⁰⁴

En la actualidad, lamentablemente, los países hispanohablantes tienen carencias preocupantes, que en parte podrían impedir el ascenso del español a una lengua omnipotente y omnipresente. Entre estas carencias figuran sobre todo el desigual nivel educativo, servicios básicos en retroceso, la ausencia de una cultura técnica en gran parte de la población, desequilibrios territoriales, un bajo nivel de desarrollo social en general, una alta tasa de desempleo (especialmente entre jóvenes), un escaso nivel de acceso a los servicios e infraestructuras de telecomunicaciones e información y una escasa conciencia de la relevancia

²⁰³ cf. Lodaes 2001: 168

²⁰⁴ cf. Lodaes 2001: 169

económica del idioma en muchos de los países hispanohablantes. Esta última carencia quiere decir que los hispanohablantes, en su mayoría, no saben que el español, además de ser idioma, podría ser también un fructífero bien económico, sobre el cual se puede crear valor, construir riqueza, aumentar la influencia de los países que tienen esta lengua como idioma oficial y mejorar el bienestar de sus habitantes. Una mejora en el nivel de vida de los hablantes de español se refleja también en un mejor posicionamiento del idioma en los sectores donde ahora tiene poca presencia, como la red. Sin embargo, nos encontramos ante un círculo difícil de romper.²⁰⁵

Respecto a estas desventajas expuestas de los hispanohablantes en el sector del desarrollo humano, quiero aún indicar un estado de cosas que expone Lodaes. En el contexto de la exposición de los problemas de la instalación internacional del español, el lingüista pone énfasis en el hecho de que una lengua no es interesante por sí misma sino por lo que prometa. Explica este argumento con el ejemplo de una estudiante de inglés a la cual se le pregunta por qué eligió la lengua inglesa y no otra. De sus respuestas se deducen varias conclusiones interesantes, como la posibilidad de obtener excelentes puestos de trabajos, relaciones, dinero y viajes. La respuesta no era Shakespear sino que, según Lodaes, lo único que hace Shakespear en todo el negocio es presidir honoríficamente un desfile de seis países que están entre los más ricos del mundo. En suma se puede decir respecto a la lengua española que lamentablemente un bajo desarrollo humano de los hablantes suele quitar interés a una lengua y como es sabido, países como Bolivia, Guatemala, Honduras y Perú tienen por ejemplo una alta cifra de analfabetos. Además los países hispanohablantes tienen la mitad de renta per cápita que los países desarrollados, el doble de paro y una inflación mucho más alta, lo cual en suma significa que algunos de estos países forman parte del conjunto de las naciones más pobres del mundo. En este contexto Lodaes cita el gran número de niños que trabajan en las calles, el cual únicamente es superado por algunos países africanos y asiáticos, las pocas líneas telefónicas y los malos servicios de correos en los países hispanoamericanos. Con todo eso Lodaes quiere decir que este bajo desarrollo humano de tantos países hispanohablantes contribuye a una representación internacional de la lengua no tan favorable, la cual repercute claramente también en el prestigio de la lengua.²⁰⁶

Además, Lodaes es de la opinión que se podría mejorar notablemente la imagen del español en general. Respecto a esto, cita al marqués de Tamarón que escribía que el adjetivo *spanish* evoca en la mente del norteamericano culto (pero también en la mente de personas cultas de

²⁰⁵ cf. Instituto Cervantes/Santillana 2009: 58-62

²⁰⁶ cf. Lodaes 2001:170-172

otros orígenes) imágenes de Pancho Villa²⁰⁷, de Perón²⁰⁸ y de la Inquisición y sólo rara vez la de la biblioteca de El Escorial en Madrid. Otras asociaciones son palabras como guerrilleros, narcotraficantes, dictadores y terremotos y no el Museo del Prado, los Colossos toltecas de Tollán, Celia Cruz, Plácido Domingo o Julio Iglesias.²⁰⁹ Por lo tanto, muchísimas de las instituciones citadas en el primer estudio empírico se esfuerzan por difundir la fascinante cultura, la riqueza patrimonial de los países hispanohablantes intentando mejorar así su imagen.

Marcos-Marín pondera las múltiples ventajas y desventajas del español una contra la otra en los diferentes sectores de la sociedad. Es de la opinión que aunque el español cuenta con un número muy elevado de hablantes, una rica tradición cultural, sobre todo en la literatura, una gran cohesión interna, con una norma culta bien aceptada y una contigüidad territorial muy predominante (aparte de España y Guinea Ecuatorial), no se utiliza la lengua española habitualmente como vehículo de intercambio fuera de su amplio dominio geográfico. Cede mucho espacio a otras lenguas globales, a usos de comunicación internacional, como la producción científica en inglés. La calidad de los trabajos científicos de los hispanohablantes incrementa, pero, según él, lamentablemente no las personas interesadas en usar el español para fines científicos.²¹⁰

Según el Instituto Cervantes, cuatro elementos condicionarán el futuro del español: su estatus en los ámbitos científicos y tecnológicos, el futuro de la comunidad de hispanos en los Estados Unidos, su presencia en la comunicación internacional y en los foros/organizaciones internacionales. Respecto a los hispanos en los Estados Unidos cabe destacar que esta comunidad de inmigrantes hispanos forma parte de la economía más dinámica e influyente del mundo, pero los estudios sobre el futuro de la lengua española en esta comunidad presentan conclusiones ambiguas. Por un lado, hay una tendencia a una valoración muy positiva en general y especialmente en el sector laboral. Por ejemplo, el hecho de que trabajadores bilingües, que son capaces de mostrar competencias en español e inglés, son muy bien valorados, significa un importante respaldo a la preservación del español en las familias hispanas. Por otro lado, hay estudios que registran una progresiva pérdida de competencias en español de las segundas y subsiguientes generaciones de inmigrantes. Por eso, el futuro del

²⁰⁷ José Doroteo Arango Arámbula, mejor conocido por el seudónimo Francisco Villa o el hipocorístico de éste, Pancho Villa (1878-1923), es celebrado como héroe nacional, dado que fue uno de los jefes en la revolución mexicana contra el gobierno de Díaz

²⁰⁸ Juan Domino Perón Sosa (1895-1974), fue un político militar y presidente argentino

²⁰⁹ cf. Lodaes 2001: 180

²¹⁰ cf. Marcos-Marín 2006: 64

español allí dependerá del desarrollo de ambas tendencias. Por tal razón sería deseable, que los inmigrantes perciban que preservar el dominio del español les proporciona beneficios.²¹¹

En relación con esta temática, la (no-)valoración del español en los Estados Unidos por parte de la comunidad hispana, Marcos-Marín es pesimista y teme que ya la tercera generación sea una generación monolingüe inglesa con, en el mejor de los casos, un cierto recuerdo del español. Es decir, la mayor parte de los nietos de inmigrantes hispanos no hablará la lengua española a pesar de que hoy en día es mucho más fácil ser hispano y vivir en los Estados Unidos hablando español que hace algunas décadas. Sin embargo, opina que el flujo migratorio continúa, lo cual probablemente permitirá una permanente “frescura” del uso del español.²¹²

Por el contrario, en relación con el mantenimiento de la lengua española en los Estados Unidos, los expertos del Instituto Cervantes son optimistas y una y otra vez ponen énfasis en el hecho de que, poco a poco, ya se manifiesta un cambio de actitud de los hispanos hacia su lengua de origen por razones de orgullo cultural. Significa que hasta hace poco la tendencia era a abandonar el español por el proceso de asimilación a la cultura dominante, pero en estos días existe una creciente resistencia a renunciar a la lengua de los ancestros. Además hay una mejora en la imagen del español y sus hablantes (inmigrantes) entre los estadounidenses. Antes se veía a lo hispánico, lingüística y culturalmente, en manera inferior (también debido a razones de extrema pobreza de los inmigrantes y la criminalidad relacionada), mientras que ahora el español se está convirtiendo en una lengua de prestigio. También el esfuerzo de los Estados Unidos por asimilar a esta población, ha sido infructuoso en la mayoría de los casos hasta ahora, quizás por el hecho de que étnicamente son muy diferentes y no forman una unidad (sobre todo culturalmente).²¹³

²¹¹ cf. Instituto Cervantes 2010: 37

²¹² cf. Marcos-Marín 2006: 66, 169

²¹³ cf. Instituto Cervantes 2009: 24-25, 102-103

5 CONCLUSIÓN

Quiero usar las siguientes páginas para hacer una evaluación de los resultados obtenidos de los dos estudios empíricos de este trabajo escrito y para sacar conclusiones del gran volumen de informaciones, estimaciones y opiniones sobre el español como lengua internacional y la política lingüística y cultural para su difusión global. Entremedias voy a enriquecer la conclusión con reflexiones personales ulteriores a la temática misma para poder ofrecer un extenso panorama sobre otros temas que, según mi parecer, además son relevantes en este contexto.

En primer lugar, es indispensable y muy importante explicar que, aunque he estrictamente separado los dos grandes bloques de la tesina, en realidad la política explícita y los factores implícitos no pueden ser vistos tan separados o independientes el uno del otro. Esto se explica mediante la siguiente exposición: Uno se puede preguntar ¿qué era al inicio, las acciones políticas y a continuación la valoración positiva de una lengua o de un cierto “producto cultural”, o el prestigio constituyó el inicio de todo y después, es decir consiguientemente, se tomaron las respectivas medidas políticas? Mediante esta pregunta fundamental se nota la dependencia recíproca de las acciones explícitas y los elementos implícitos, que tienen que ser vistos siempre como factores correlacionados. Sin embargo, me parecía más útil y más fácil para la comprensión separarlos en mi tesina para lograr una mejor estructura y visión general. Además se debe subrayar el hecho de que las acciones políticas y el desarrollo de la sociedad representan un continuo. Es lo mismo como lo explicado antes, dado que también estos componentes, la sociedad y la política lingüística, se influyen reciprocamente. Quiere decir que si hay ciertas acciones políticas intencionadas a aumentar la reputación y valoración de una lengua en un sector específico, en el mejor de los casos esto se refleja también en una valoración más positiva de la lengua en la sociedad. Por otro lado se puede decir que si en una sociedad existe una fuerte demanda por determinadas acciones políticas lingüísticas (como por ejemplo en el sector de la enseñanza), con mucha probabilidad los representantes del estado, u otros responsables, la toman en consideración.

Otro hecho que quiero mencionar es que no pretendí ser exhaustiva con mi trabajo sobre la política de difusión del español y la importancia internacional de dicho idioma. Por eso he elegido sólo los, a mi parecer, más importantes sectores de la sociedad y los más significativos aspectos en este contexto. También en el campo de la política explícita no pude mencionar a todas las organizaciones e instituciones que contribuyen a la difusión de la lengua y cultura hispana, sino tuve que seleccionar las más conocidas y exitosas. Con todo eso, intenté ofrecer

un fundado panorama sobre la difusión del español en el mundo, basándome en los últimos conocimientos y censos en este campo.

Cabe concluir este trabajo volviendo a la pregunta de investigación que lo encabeza y que fue formulada en la introducción. Esta pregunta era: **¿A qué cosa se deduce el grado de popularidad y difusión de la lengua española en el mundo? ¿A las acciones de la política lingüística y cultural o al gran prestigio como lengua de comunicación y de diferentes culturas?**

Con énfasis y orgullo puedo decir que en mi tesina he logrado demostrar cuáles son los principales factores o componentes dinamizadores de divulgación y potenciación del idioma español. Pueden ser acciones explícitas o elementos implícitos o el resultado de estos dos. A todo eso influye la idea que los hablantes de otras lenguas tienen de la lengua española, de su sociedad y sus culturas. En este sentido, logré poner de manifiesto que aprender español no significa sólo aprender una lengua cualquiera con la que es posible comunicarse con muchísimas personas en el mundo, sino más bien significa introducirse en el universo de españoles e hispanoamericanos, en su cultura y tradición, en la riqueza del patrimonio cultural de América Latina y España, en el mundo de renombrados escritores como Cervantes o Borges y hablar la misma lengua como antiguamente hablaban los grandes artistas Gaudí y Picasso. Entonces, la lengua española no es simplemente un idioma, sino que es una gran lengua de prestigio. En este sentido, mostré que no sólo basta con ser muchos para tener una gran influencia en el mundo o para ser tenidos en cuenta. Quiere decir que no es sólo la cantidad la condición relevante. La interesante historia, la apasionada música, el cine polifacético, el estilo de vida de sus hablantes y la posibilidad de hacer negocios en este idioma son los poderosos atractivos de innumerables personas para aprender español. (Casi) se puede estar seguro del hecho de que sin la industria cultural hispana, en especial sin la literatura, el cine, la televisión y la canción ligera en español, la dimensión internacional de dicha lengua sería otra. Por eso, el español es una gran lengua global por varios motivos, lo cual hace la temática elejida por esta tesina un poco más compleja de lo que parece a primera vista. El dinamismo y éxito del español son el resultado, o mejor dicho dependen, de numerosos factores y parámetros extralingüísticos, o sea sociales, culturales y económicos, que en gran medida contribuyen a la popularidad y atracción del español, así como, lamentablemente en parte también a sus obstáculos para internacionalizarse totalmente.

Según Juan Ramón Lodares en su libro *“Gente de Cervantes”* el español ha llegado donde ha llegado hasta ahora, esencialmente por obra de la espontaneidad más que por la escuela o la

intervención estatal.²¹⁴ También Muñiz Castro, que a continuación cita al académico de la RAE, Gregorio Salvador, es de la opinión que en el pasado faltaron los recursos y la voluntad política para poner en marcha acciones de la política lingüística y cultural, sobre todo porque las distintas naciones hispanohablantes no tomaron conciencia, y en parte siguen sin tomarla en el presente, de la importancia que tiene la lengua como recurso básico de un país o de una comunidad lingüística y del gran valor del patrimonio cultural.²¹⁵ Asimismo, en la conferencia “*Dimensión y futuro del español en el mundo*” en la Fundación Ramón Areces en la primavera de 1991 Gregorio Salvador dijo respecto a esta temática:

*“[...] conviene insistir en el hecho evidente de que los países de lengua española no han sabido vender nunca su idioma, promover su expansión, proteger su enseñanza. No ha habido política lingüística en este sentido, proyección de la lengua hacia el extranjero, como la que han llevado a cabo Francia, Inglaterra, Alemania, incluso Italia. Si el español se ha extendido, ha sido por razones puramente intrínsecas, no porque nadie se haya preocupado de promover su expansión.”*²¹⁶

Como muestran los resultados de mi estudio, en primer lugar, también en la actualidad el español es un “autodifusor”, lo cual significa que principalmente no se difunde por acciones explícitas sino por sí mismo, es decir autónomamente, por su reputación y el aprecio de la cultura y sociedad que se esconde detrás del idioma. Significa que en grandes rasgos no se deduce el gran éxito del español en el mundo a los esfuerzos de una explícita política lingüística y cultural. Sin embargo, en la actualidad, hay una multitud de organismos que tienen entre sus objetivos la difusión de la lengua española. Estas instituciones contribuyen mucho a la promoción lingüística y difusión cultural de los países hispanohablantes. Quiere decir que hay una buena correlación, aunque no equilibrada en peso de participación, de los dos componentes, explícito e implícito.

¿Cómo se puede potenciar aún más la expansión y difusión del español en el mundo?

Lo primero que es necesario en relación con esta intención sea comprender los problemas del español, es decir, encontrar los sectores donde dicho idioma tiene aún sus carencias y dificultades. Se puede considerar mi trabajo como contribución esencial a la comprensión de estos, dado que, sobre todo en los capítulos finales, da una amplia vista panorámica sobre los obstáculos del español y de los países hispanohablantes para internacionalizarse. De mi

²¹⁴ cf. Lodares 2001: 163

²¹⁵ cf. Muñiz Castro: *La normalización del español científico y técnico: Un siglo y medio de iniciativas públicas y privadas*, www.esletra.org, ver link completo en la bibliografía [08.06.2011]

²¹⁶ http://www.esletra.org/Almagro/html/munizcastrocorri_es.htm [08.06.2011]

estudio se desprende que se tratan de problemas graves pero no insuperables, cuando se dispone de unos agentes que trabajan con esfuerzo profundo para erradicarlos.

De mis exposiciones resulta que los elementos implícitos juegan un papel esencial en la difusión del idioma. Pero, sobre los factores implícitos, como el prestigio o el aprecio de varios sectores de la cultura, no se puede descansar muy tranquilamente y sobre todo no permanentemente, dado que, según mi opinión, son parámetros demasiado imprevisibles, variables, inestables y también demasiado “vulnerables” para funcionar duraderamente como único medio de difusión lingüística y cultural a largo plazo. Además, a veces, la reputación de un país o de una comunidad lingüística es demasiado determinada y caracterizada por estereotipos y clichés, que no son siempre positivos. Por eso es necesario disponer también de una funcional política lingüística explícita, la cual apoya exactamente estos sectores, o mejor dicho, que se concentra en aquellos factores, que resultan beneficiosos para la expansión de una lengua y su difusión en realmente todos los campos de la sociedad. Por consiguiente, los estados tienen que buscar un buen equilibrio entre la “autodifusión” incontrolada de la lengua y la dirección política ejecutada por adecuadas organizaciones, siempre tomando en consideración las tendencias de desarrollo de la sociedad (mundial y propia).

En términos generales, la política lingüística de España se concentra bastante en la política nacional, dado que hay mucho que regular en un estado plurilingüe. Sin embargo, como mostré en la primera gran parte de mi tesina que se concentra en la política explícita, el Estado español ya se ocupa cada vez más de la política exterior, de la difusión lingüística y cultural en el ámbito internacional. Incluso se puede decir que, por lo menos en los últimos años, la difusión del español en el extranjero se ha convertido en una de las actividades principales de la acción exterior de España. Se trata de una labor con muchísimas facetas diferentes y de un proceso muy complejo, lo cual ciertamente he podido demostrar en mi tesina. Este hecho explica la multitud y variedad de órganos e instituciones que se ocupan de la política lingüística y cultural explícita. En parte estos organismos colaboran estrechamente en las diferentes actividades y así pueden ser aún más exitosos y ampliamente reconocidos. Según mis observaciones, falta un poco la coordinación entre las iniciativas y actividades, dado que a largo plazo sólo unas acciones políticas coordinadas de alcance internacional podrán contribuir exitosamente a mantener la lengua española como lengua internacional, por muy difundida que esté.

Además, la mayoría de las instituciones que se ocupan de la política de difusión lingüística y cultural del español provienen de España y lógicamente son más enfocadas en su propio país

que en toda la comunidad hispanohablante, lo cual ciertamente dificulta la promoción mundial del español. Claro que también existe una política panhispánica, como principalmente del Instituto Cervantes o de las Academias de la Lengua Española, pero me parece que eso es más la excepción que la regla. El Instituto Cervantes mantiene un importante protagonismo en el proceso de la expansión de la lengua y cultura hispana. En esta función incluye concienzudamente la proyección exterior de toda la comunidad hispanohablante en sus más diversas facetas. Pero en el caso de las otras organizaciones no es siempre así, o sea, podría ser mejor.

En relación con la política de difusión lingüística y cultural explícita por parte de los países hispanoamericanos no he encontrado mucha información. Por eso suscita la suposición que no ponen mucho esfuerzo en este campo, o mejor dicho aún no están conscientes del gran poder de su lengua y de las múltiples ventajas que puede traer el español. Pero no debemos perder de vista que si se toman en consideración los otros problemas y asuntos que tiene que arreglar la mayoría de los países hispanohablantes con mucha urgencia (como por ejemplo disminuir la pobreza y el relacionado analfabetismo, etc.), se entiende que en la actualidad hay cosas más graves que afrontar que diseminar su idioma. Pero visto de otra manera, una lengua fuerte y prestigiosa puede contribuir, por ejemplo, a la disminución de la pobreza en un estado, debido al potencial económico que representa. Como he explicado detalladamente en la parte teórica y en el segundo estudio empírico, se puede considerar un idioma como “producto” y en este sentido se puede comerciar con eso. A pesar de todo eso, es un hecho que, para montar una política lingüística funcional, no basta con el esfuerzo aislado de España, sino que es necesario una mayor participación de los otros países hispanos, por lo menos de los más potentes económica y culturalmente como Argentina, Chile, Colombia y México. Actuaciones más cooperativas entre todos los países serían más beneficiosas para el estatus internacional del español. En este contexto quiero mencionar el ejemplo de los alumnos de ELE, que en los países hispanohablantes suponen sólo un 1% de los que estudian ELE en el mundo, lo cual significa que la mayoría lo estudian en sus países de origen y no en un país hispano.²¹⁷ Por tal razón, uno de los objetivos de la política lingüística explícita debería ser afrontar este problema y lograr una mayor colaboración de los países hispanohablantes. También el DELE me parece ser visto más como un examen de España que de toda la comunidad hispanohablante. En suma, aún falta un poco la aparición conjunta de todos los países hispanohablantes del mundo, la cual podría mejorar la situación de manera notable.

²¹⁷ para más información ver Instituto Cervantes 2010: 201

He mencionado algunas veces en mi tesina que el número de hablantes no es el único factor determinante para una lengua internacional, sino que también influyen la fuerza política, económica y cultural del país en que se habla dicho idioma, y el prestigio y la imagen de los países, así como la ampliamente extendida funcionalidad del idioma en los más diferentes sectores de la sociedad, es decir su valor funcional. Aún es un largo camino para lograr todo eso para el español, pero, según mis observaciones, será posible, aun cuando tarde ya algunas décadas e incluso cuando se tenga que superar graves obstáculos. Sin embargo, según mi parecer, el español dispone de las condiciones previas básicas (mostradas en todos los capítulos) y también se puede recurrir cada vez a mayores esfuerzos de organizaciones de promoción lingüística y cultural, aunque si se pueden intensificar la coordinación de sus actividades para “tirar de la misma cuerda” en la proyección internacional de su comunidad hablante.

El español ya es visto en el mundo como una lengua de encuentro, como instrumento de comunicación que posibilita hablar con una grandísima cantidad de personas en diferentes continentes. Pero no se ve al español como lengua internacional sólo por el hecho de que esté muy difundida en el mundo, sino porque dispone de un gran prestigio, una gran capacidad de expansión y un fascinante patrimonio cultural. Además, es lengua panhispánica y en este sentido une a todos los países hispanohablantes del mundo, lo cual refleja una cierta imagen de grandeza y poder. En este hecho se tiene que confiar, lo cual el Instituto Cervantes ya lo hace como buen ejemplo.

Respecto al futuro del idioma vale subrayar que el español empieza a ser, o mejor dicho, ya lo es, una verdadera lengua de prestigio. Eso han entendido también los descendientes de los hispanos en los Estados Unidos, que han descubierto, poco a poco, que el dominio de dos lenguas, inglés y español, es una ventaja extraordinaria para el ascenso social y la vida laboral. Sin embargo, el futuro del español en los Estados Unidos es incierto, dado que no se sabe si todos valoran el español del mismo modo. Dicho de otra manera, la situación futura dependerá de la conservación o de la pérdida del idioma en las futuras generaciones y de la capacidad de las comunidades hispánicas de seguir logrando hacer visible la cultura hispana en los Estados Unidos. En este contexto es también muy importante trabajar en la imagen de los hispanos en Norteamérica, lo cual podría ser una tarea ulterior de las instituciones de la política de difusión, dado que los medios de comunicación, tanto en inglés como en español, no siempre muestran una imagen muy positiva de la comunidad hispanohablante residente allí. Hacen hincapié en las frivolidades, en los escándalos, en el narcotráfico, en las pandillas, guerillas y en los problemas inmigratorios. Lamentablemente, mucho de eso corresponde a la

realidad, pero no se puede hacer tales generalizaciones. Por tal razón es importante proyectar también otra imagen de la comunidad hispana, por ejemplo de su riqueza cultural. En este sentido se tiene que subrayar el enriquecimiento que trae la comunidad hispana para la sociedad y cultura estadounidense.

Otro hecho al cual quiero indicar en relación con el futuro de la lengua es que el porvenir del español no está condicionado por su papel de lengua literaria y soporte de una cultura en expansión, dado que en estos sectores ya goza de una excelente salud. Los otros sectores, los del internet y de los otros medios de comunicación de la sociedad de la información, son los incógnitos del futuro, donde el español sufre de grandes problemas y donde tiene que imponerse en contra del omnipresente inglés. También en la proyección internacional de la ciencia y tecnología y la relacionada transferencia de conocimientos, la lengua española tiene una presencia apenas perceptible, lo cual representa una carencia actual preocupante del idioma español. Es decir, el español es muy difundido como lengua genérica, pero muy poco extendido como lengua de investigación. Para ser una lengua internacional, que se disemina en su plenitud en todos los sectores relevantes, en todas las zonas de comunicación internacional es necesario que dicho idioma satisfaga todas las posibilidades funcionales exigidas de una lengua global para tener un alto valor funcional. Por eso, el español tiene que desempeñar también el papel de lengua de comunicación profesional científica. Según mis estimaciones a base de las informaciones investigadas, hay una escasa percepción de la ciencia en los propios países hispanohablantes y en consecuencia los esfuerzos realizados por dar a conocer la labor de los científicos de lengua española en el extranjero son también poco eficaces.

Si los hispanohablantes quieren que su lengua tenga un papel importantísimo en el panorama internacional, se tienen que concienciar a toda la comunidad de la necesidad de difusión, mejoramiento y valoración de la comunicación profesional y académica en lengua española. Quiere decir que toda la comunidad hispanohablante debería ser consciente de eso y no sólo los españoles, porque cuando actúan solos no son para nada tan potentes.

A pesar de las carencias expuestas en esta tesina, para concluir, voy dirigir, por última vez, la atención a los increíblemente grandes logros de la lengua española hasta el momento: Este idioma pasó de ser un dialecto marginal a ser una lengua nacional y después se convirtió en una lengua internacional prestigiosa y en una de las lenguas más habladas del mundo con el más próspero futuro pronosticado.

6 ZUSAMMENFASSUNG IN DEUTSCHER SPRACHE

Die vorliegende Diplomarbeit mit dem spanischen Titel *„La explícita e implícita política lingüística y cultural del español – El Instituto Cervantes y otros actores“* (auf Deutsch: *„Die explizite und implizite Sprach- und Kulturpolitik des Spanischen – Das Instituto Cervantes und andere Organisationen“*) befasst sich mit der Sprachverbreitungspolitik des Spanischen, die auch immer Verbreitung der Kultur bedeutet, und dem international wachsenden Stellenwert der Sprache, auch im Hinblick auf ihre Zukunft. Dabei gehe ich von einer übergeordneten Forschungsfrage aus, die sich als roter Faden durch die gesamte Arbeit zieht, und versuche anhand der Ausführungen auch die untergeordneten Fragestellungen zu beantworten. Das Hauptaugenmerk meiner Untersuchungen bezieht sich jedoch auf die Frage: **Worauf ist der internationale Stellenwert und der Beliebtheitsgrad des Spanischen zurückzuführen? Auf gezielte Aktionen der Sprachverbreitungspolitik oder auf das große Prestige des Spanischen als internationale Kommunikationssprache und Sprache verschiedenster Kulturen?** Um die Arbeit im Hinblick auf die zugrundeliegenden Forschungsfragen übersichtsmäßig am anschaulichsten zu gestalten, unterteilt sie sich in zwei große Bereiche: einen theoretischen und einen empirischen Teil. Der Empirieteil gliedert sich dann wieder in zwei separate Studien (explizit und implizit), die aber nur aufgrund der überschaubareren Struktur getrennt werden, in der Realität jedoch in einer intensiven Wechselbeziehung zueinander stehen.

Im Theorieteil wird vor allem auf die Unterscheidung zwischen explizit vs. implizit und staatliche vs. private Sprachverbreitungspolitik eingegangen. Außerdem werden das Hauptziel der sprachverbreiterischen Maßnahmen, nämlich die Ausweitung des Kommunikationspotentials der Sprache, die Instrumente der Sprachverbreitungspolitik und die wichtige Rolle des Prestigefaktors im Verbreitungsprozess genauer definiert. Das Prestige ist immer subjektiv, dynamisch und variabel, kann aber auch in einem gewissen Maße durch gezielte Imagebildungsmaßnahmen gelenkt werden. Auch die Kriterien, die eine weltweit erfolgreiche Sprache aufweisen soll, werden in einem der Theoriekapitel behandelt. Zu diesen Notwendigkeiten zählen nicht nur eine große Zahl von Sprechern, sondern vor allem auch eine umfangreiche Funktionalität und ein hoher Gebrauchswert der Sprache, die geografische Ausdehnung, das Interesse die Sprache als Fremdsprache zu erlernen, der Stellenwert in internationalen Organisationen und zahlreiche andere Bedingungen. Weiters wird der Status quo des Spanischen auf der Welt dargestellt und mit dem der anderen international wichtigen Sprachen, wie dem Englischen und dem Chinesischen, verglichen. Im Hinblick darauf ist zu

sagen, dass das Spanische die Sprache von mehr als 440 Millionen Menschen weltweit darstellt und in 21 Ländern auf verschiedensten Kontinenten offizielle Sprache ist. Den Sprecherzahlen zufolge steht Spanisch nach Chinesisch, Englisch und Hindi an vierter Stelle. Das Spanische sticht aber im Vergleich zu den anderen Weltsprachen vor allem aufgrund der relativ großen sprachlichen Homogenität, insbesondere im schriftlichen Bereich, der geringen geografischen Fragmentierung bzw. großen geografischen Kohäsion, der hohen Geburtenrate unter den Spanischsprechern und der immer stärker werdenden Nachfrage im Bildungssektor und in anderen Gesellschaftsbereichen hervor.

Im Rahmen der ersten empirischen Studie bezüglich der Träger der expliziten Sprachverbreitungspolitik werden vorrangig die wichtigsten und prestigeträchtigsten Institutionen vorgestellt, die in entscheidendem Maße zur Verbreitung der spanischen Sprache und Kulturen beitragen. Das Instituto Cervantes ist in diesem Zusammenhang der Hauptakteur, der auch mit Abstand das größte Netz von Sitzen auf der Welt besitzt (insgesamt mehr als 70). Das seit 1991 bestehende, gemeinnützige Institut mit Hauptsitz in Alcalá de Henares (und seit 2007 auch in Madrid) beschäftigt sich hauptsächlich mit der Verbreitung des Spanischen durch ein umfangreiches Angebot an spanischsprachigem Unterricht auf allen fünf Kontinenten und der Ausbildung von Lehrpersonal laut den aktuellsten didaktischen Grundsätzen. Zu den Hauptaktivitäten zählen außerdem diverse Kulturveranstaltungen, wie Filmvorführungen, Ausstellungen, Lesungen, musikalische Veranstaltungen wie Konzerte und vieles mehr, die zur weltweiten Verbreitung der Kulturen aller spanischsprachigen Länder beitragen. Außerdem gibt es seit 1997 das *Centro Virtual Cervantes*, eine Internetseite, auf der Spanischinteressierte eine große Bandbreite an verschiedensten Materialien finden (von Lernmaterialien für Studenten bis didaktische Hilfestellungen für Professoren). In diesem Zusammenhang ist es wichtig auch auf die mit dem CVC verbundene *Aula Virtual Cervantes* hinzuweisen, mithilfe derer man autonom die spanische Sprache erlernen und, wenn gewünscht, auch virtuell auf die Hilfe eines Professors zurückgreifen kann. Weiters verfügt das Institut über einen eigenen Fernseh- und Radiosender, was ebenfalls beträchtlich zur Verbreitung der Kultur und Sprache beiträgt. Das Instituto Cervantes verleiht außerdem im Namen des spanischen Unterrichtsministeriums international anerkannte Sprachzertifikate, die sogenannten DELE, die die jeweilige Sprachkompetenz des Spanischlernalers bestätigen. Bei dem sogenannten „*Plan Curricular del Instituto Cervantes*“ handelt es sich um ein offizielles Dokument, das den Spanischunterricht in den verschiedenen Zentren weltweit regelt und die unterschiedlichen Sprachniveaus unter Berücksichtigung des Europäischen Referenzrahmens fixiert. Es gilt auch als richtungsweisend für andere spanische

Sprachzentren, da es ein bisher einzigartiges Dokument darstellt, das die Kriterien eines adäquaten, qualitativen Unterrichts inkl. Materialien beschreibt. Im Bezug darauf ist es auch wichtig die *Centros Acreditados* (innerhalb Spaniens) und die *Centros Asociados* (außerhalb Spaniens) zu erwähnen. Diesen Namen erhalten Sprachzentren, die explizit die Kriterien eines qualitativ hochwertigen Spanischunterrichts erfüllen und im Hinblick darauf auch regelmäßig vom Instituto Cervantes kontrolliert werden. Desweiteren verfügt das Institut über das größte Netz von Bibliotheken im spanischsprachigen Raum mit insgesamt 65 Einrichtungen. Was die Zusammenarbeit des Instituto Cervantes mit Ministerien und anderen Organisationen betrifft, ist man sehr darauf bedacht, gemeinsame Projekte und Aktivitäten zu veranstalten, um sich einerseits gegenseitig zu unterstützen und andererseits an gemeinsamen Ideen zur Verbreitung der spanischen Sprache und Kultur zu arbeiten.

Weitere Akteure der expliziten Sprachverbreitungspolitik wären das Kulturministerium, das Ministerium für Industrie, Tourismus und Handel, das Außenministerium, das Unterrichts- und Wissenschaftsministerium, das spanische Institut für Außenhandel, die internationale Gemeinschaft der Hispanisten, die Asociación de las Academias de Lengua Española und einige andere. Weiters ist die Vorstellung des sogenannten „*Plan Nacional de Acción Cultural Exterior*“ ein wichtiger Punkt der ersten empirischen Studie, da dieser einerseits sehr aktuell ist (Frühjahr 2011) und andererseits einen wesentlichen Schritt für eine koordinierte, interinstitutionelle Sprachverbreitungspolitik Spaniens darstellt.

Bei den impliziten Faktoren, Thema der zweiten empirischen Studie, handelt es sich vor allem um das allgemeine Prestige der Sprache, d.h. das Ansehen international, worauf natürlich auch das Bild und der Ruf der spanischsprachigen Bevölkerung einen Einfluss haben (Stereotypen und Klischees nicht ausgeschlossen). Zum anderen behandelt dieser Teil der Arbeit die weltweite Wertschätzung der Literatur auf Spanisch, des spanischsprachigen Kinos, den großen Beliebtheitsgrad der spanischen Musik weltweit und die Bekanntheit der spanischen Kunst international. Weiters wird auf die steigende Nachfrage des Spanischen im Bildungssektor eingegangen, da immer mehr Menschen Spanisch aufgrund der international immer größer werdenden Wichtigkeit erlernen möchten. Ein Extrakapitel mit Fokus auf den deutschsprachigen Raum behandelt die Rolle des Spanischen im Bildungssektor Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. Außerdem beschäftigen sich auch einige Kapitel mit dem Stellenwert und der Rolle des Spanischen in der Wissenschaft, der Wirtschaft, der Informationsgesellschaft wie dem Internet und den internationalen Organisationen. In den

abschließenden Kapiteln werden die Zukunftsperspektiven für das Spanische dargestellt, wobei vorerst allgemeine Voraussetzungen und aktuell günstige Bedingungen beschrieben werden und im Anschluss genauer auf die Wichtigkeit der „hispanos“ in den Vereinigten Staaten und auf den Stellenwert des Spanischen in Brasilien eingegangen wird. Die Entwicklung des Spanischen in diesen beiden Ländern ist besonders wichtig für die Zukunft der spanischen Sprache, einerseits aus wirtschaftlichen Gründen, andererseits aus demografischen. Laut Schätzungen des Instituto Cervantes werden die Vereinigten Staaten im Jahr 2050 das Land mit den meisten Spanischsprechern weltweit sein. In Brasilien wird in nur einem Jahrzehnt mit ca. 30 Millionen Menschen gerechnet, die Spanisch als Zweitsprache beherrschen werden. Jedoch werden im letzten Kapitel der zweiten empirischen Studie auch mögliche Hindernisse und Defizite angeführt, die es der spanischen Sprache erschweren könnten, ihren endgültigen internationalen Durchbruch in wirklich allen Bereichen zu erreichen (wie z.B. die weitverbreitete Armut und der Analphabetismus in vielen Teilen Hispanoamerikas). Die Resultate der beiden empirischen Studien, persönliche Einschätzungen und Beobachtungen und weitere Denkansätze sind Thema der Schlussfolgerung, die auch vor allem die zu Beginn der Arbeit gestellte Forschungsfrage nochmal aufgreift. In diesen letzten Seiten war es auch wichtig die Wechselbeziehung zwischen expliziten Handlungen und den impliziten, unkontrollierten Faktoren noch einmal zu betonen und auch das Wechselspiel zwischen politischen Maßnahmen und gesellschaftlichen Entwicklungen hervorzuheben, da politische Maßnahmen Einfluss auf gesellschaftliche und sprachliche Entwicklungen nehmen (sowie ebenfalls auf das Prestige einer Sprache) und umgekehrt. Das Verhältnis zwischen explizit und implizit ist derzeit im Falle des Spanischen nicht ausgeglichen, jedoch in der Kombination durchaus erfolgreich. Das Spanische ist dennoch eher ein Selbstläufer aufgrund des Prestiges, dem Wissen über den zunehmenden internationalen Stellenwert der Sprache und aufgrund der Kulturen, die die Sprache vertreten. In diesem Zusammenhang ist aufgefallen, dass das Instituto Cervantes sehr wohl eine panhispanische Sprachpolitik betreibt, während sich der Großteil der anderen Organisationen eher auf die Verbreitung der spanischen Kultur konzentriert und die hispanoamerikanische eher außer Acht lässt. Weiters war es mir wichtig zu zeigen, dass die Anzahl der Sprecher nicht alleine ausschlaggebend für die internationale Bedeutung und den Erfolg einer Sprache ist, sondern zahlreiche, unterschiedliche soziale, wirtschaftliche und kulturelle Faktoren Einfluss darauf nehmen, die es jedoch gilt zu erkennen und zu verstehen, um die Verbreitung der Sprache noch erfolgreicher zu gestalten und die spanische Sprache in allen Bereichen „überlebensfähig“ zu machen.

7 BIBLIOGRAFÍA

7.1 Libros

Ahrens, Rüdiger, 2003: *Europäische Sprachenpolitik – European Language Policy*, Heidelberg: Universitätsverlag Winter.

Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), 2004: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter.

Ammon, Ulrich (ed.), 2000: *Sprachförderung: Schlüssel auswärtiger Kulturpolitik*, Frankfurt: Peter Lang.

Ammon, Ulrich/Mattheier, Klaus J./Nelde, Peter H., 2001: *sociolinguistica*, Tübingen: Niemeyer.

Arrarte, Gerardo/Sánchez de Villapadierna, José Ignacio, 2001: *Internet y la enseñanza del español*, Madrid: Arco Libros.

Böhm, Birgit Maria, 2004: *Sprachpolitik in der europäischen Union und ihr Einfluss auf den Fremdsprachenunterricht an europäischen Schulen unter besonderer Berücksichtigung des Französischen*, Diplomarbeit Uni Wien.

Cichon, Peter (ed.), 1996: *Actas de las Primeras Jornadas de Hispanistas en Austria, Viena, 19-20 de mayo 1995*, Viena: Ed. Praesens.

García Delgado, José Luis/Alonso, José Antonio/Jiménez, Juan Carlos (Fundación Telefónica), 2008: *Economía del español – una introducción*, Barcelona: Ariel.

Geiger, Konstanze Waltraud, 2008: *Zustand und Zukunft des Spanischen in der EU*, Diplomarbeit Uni Wien.

Grijelmo, Álex, 1998: *Defensa apasionada del idioma español*, Madrid: Taurus.

Haarmann, Harald: „Linguistic Barriers between Speech Communities and Language Choice in International Contacts/Sprachbarrieren zwischen Sprachgemeinschaften und Sprachwahl in internationalen Kontakten“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ²2004, vol. 3.2: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 1521-1535.

Haarmann, Harald: „The Politics of Language Spread/Sprachverbreitungspolitik“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ²2004, vol. 3.2: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 1653-1667.

Haarmann, Harald: „Sprachen- und Sprachpolitik“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ¹1988, vol. 3.2: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 1660-1678.

Holtus, Günter/Metzeltin, Michael/Schmitt, Christian (ed.), 1992, vol. VI, 1: *Lexikon der Romanistischen Linguistik*, Tübingen: Niemeyer.

Huber, Carina, 2008: *Mehrsprachigkeit in der Europäischen Union zwischen Politik und Markt*, Diplomarbeit Uni Wien.

Instituto Cervantes, 2010: *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2009*, Madrid: Imprenta Nacional del Boletín Oficial del Estado.

Instituto Cervantes, 2010: *El español, lengua global. La economía*, Madrid: Santillana.

Instituto Cervantes, 2009: *Enciclopedia del español en los Estados Unidos. Anuario del Instituto Cervantes 2008*, Madrid: Santillana.

Instituto Cervantes/Santillana, 2009: *El español, lengua para la ciencia y la tecnología*, Madrid: Santillana.

Instituto Cervantes, 2008: *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007*, Madrid: Plaza y Janés.

Janich, Nina/Greule, Albrecht, 2002: *Sprachkulturen in Europa – ein internationales Handbuch*, Tübingen: Günter Narr.

Janton, Pierre: „Plans for an International Language“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.) ¹1988, vol. 3.2: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 1679-1687.

Junyent Figueras, María del Carme, 2003: *Las lenguas del mundo: una introducción*, Barcelona: Octaedro Ediciones.

Kelz, Heinrich P. (ed.), 2002: *Die sprachliche Zukunft Europas*, Baden Baden: Nomos.

Kraus, Peter A., 2004: *Europäische Öffentlichkeit und Sprachpolitik*, Frankfurt: Campus Verlag.

Lebsanft, Franz, 1997: *Spanische Sprachkultur*, Tübingen: Max Niemeyer.

Lodares, Juan Ramón, 2001: *Gente de Cervantes. Historia humana del idioma español*, Madrid: Taurus.

Manz, Viviane, 2002: *Sprachenvielfalt und europäische Integration*, Zürich: Schulthess Juristische Medien AG.

Marcos-Marín, Francisco A./Miguel, Amando de, 2009: *Se habla español*, Madrid: Biblioteca Nueva.

Marcos-Marín, Francisco A., 2006: *Los retos del español*, Madrid: Iberoamericana.

Millán, José Antonio, 2001: *Internet y el español*, Madrid: Fundación Retevisión.

- Moreno Fernández, Francisco, 2010: “El tratamiento de las variedades del español en el Instituto Cervantes”, en prensa
- Moreno Cabrera, J. C., 2000: *La dignidad e igualdad de las lenguas*, Madrid: Alianza.
- Municio, Ángel Martín (ed.), 2003: *El valor económico de la lengua española*, Madrid: Espasa.
- Núñez, Rafael Florencio, 2001: *Sol y Sangre – La imagen de España en el mundo*, Madrid: Espasa.
- Ohnheiser, Ingeborg/Kienpointner, Manfred/Kalb, Helmut, 1999: *Sprachen in Europa*, Innsbruck: Institut für Sprachwissenschaften.
- Phillipson, Robert: „Language Spread/Sprachverbreitung“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ²2004, vol. 3.3: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 2299-2306.
- Sellés-Ferrando, Xavier, 2004: *Spanisches Österreich*, Wien: Böhlau.
- Siguan, Miguel, 2001: *Die Sprachen im vereinten Europa*, Tübingen: Stauffenburg.
- Sperlich, Sandra, 2003: *Berichte des Europäischen Parlaments zur Sprachenpolitik*, Diplomarbeit Uni Wien.
- Strasser, Hermann/Brömme, Norbert: „Prestige und Stigma“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ²2004, vol. 3.1: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 412-417.
- Tamarón, Marqués de, 1995: *El peso de la lengua española en el mundo*, Universidad de Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Vikør, Lars: „Lingua Franca and International Language/Verkehrssprache und Internationale Sprache“, en: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert (et al.), ²2004, vol. 3.1: *Soziolinguistik – Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, Berlin: De Gruyter, p. 328-335.
- Wiese, Claudia, 1992: *Die hispanoamerikanischen Boom-Romane in Deutschland*, Frankfurt am Main: Vervuert.
- Wilss, Wolfram (ed.), 2003: *Die Zukunft der internationalen Kommunikation im 21. Jahrhundert (2001-2010)*, Tübingen: Günter Narr Verlag.
- Witt, Jörg, 2001: *Wohin steuern die Sprachen Europas?*, Tübingen: Stauffenburg.

7.2 Periódico

Cruz, Juan/Ordaz, Pablo: “*¿Es tan potente el español?*”, Feria de Guadalajara, en: *El País*, 30 de noviembre de 2010

7.3 Revistas

Cuadernos Cervantes N.º 16 septiembre-octubre 1997, Madrid: ELR. Ediciones.

Cuadernos Cervantes N.º 13 marzo-abril 1997, Madrid: ELR. Ediciones.

7.4 Información electrónica

Instituto Cervantes

www.institutocervantes.es [30.05.2011]

Centro Virtual Cervantes

www.cvc.cervantes.es [21.05.2011]

Cervantes TV

www.cervantestv.es [26.04.2011]

Radio Cervantes

www.radiocervantes.es [31.05.2011]

Aula Virtual Cervantes

<http://cvc.cervantes.es/ensenanza/cursos/> [30.04.2011]

Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE)

<http://diplomas.cervantes.es/general/descripcion.jsp> [15.05.2011]

http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2011/noticias/nota_datos_dele_mayo.htm [31.05.2011]

Congresos Internacionales de la Lengua Española

<http://congresosdelalengua.es/organizacion.htm> [22.05.2011]

“El Día E” del Instituto Cervantes: “La fiesta del español calienta motores – El 18 de junio, el Día E”, Madrid, 18 de mayo de 2011

<http://www.europapress.es/cultura/noticia-18-junio-dia-20110518134835.html> [23.05.2011]

Congreso Mundial de Profesores de Español

<http://comprofes.es> [31.05.2011]

Plan Curricular del Instituto Cervantes

http://www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/aprender_espanol/plan_curricular_instituto_cervantes.htm [07.06.2011]

Red de Centros Asociados o Acreditados por el Instituto Cervantes

<http://centrosasociados.cervantes.es/> [23.05.2011]

http://www.cervantes.es/lengua_y_ensenanza/portales_espanol/centros_asociados_cervantes.htm [23.05.2011]

La Oficina del Español en la Sociedad de la Información

<http://oesi.cervantes.es/> [08.06.2011]

Círculo de Amigos del Instituto Cervantes

<http://www.circulocervantes.es/> [31.05.2011]

Ministerio de Cultura

<http://www.mcu.es/lineasActuacion/LineasActuacion.html> [12.05.2011]

Ministerio de Cultura: “Descripción general de los objetivos del sector”

http://www.sggp.pap.meh.es/Presup/PGE2011Ley/MaestroDocumentos/PGE-ROM/doc/1/3/21/3/1/N_11_E_R_31_124_1_2_D_1.PDF [05.05.2011]

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación

<http://www.maec.es/es/MenuPpal/Ministerio/Paginas/ministerio.aspx> [26.05.2011]

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

<http://www.aecid.es/web/es/> [24.05.2011]

Ministerio de Educación y Ciencia

<http://www.educacion.gob.es/portada.html> [24.05.2011]

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

<http://www.mityc.es/es-ES/ElMinisterio/Paginas/ElMinisterio.aspx> [24.05.2011]

Instituto Español de Comercio Exterior

www.icex.es [18.05.2011]

http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5593051_5711547_0_0_1,00.html [18.05.2011]

Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior

<http://www.seacex.es/spanish/about/Paginas/default.aspx> [24.05.2011]

<http://www.cultae.es/es/component/k2/item/845-seacex.html> [25.05.2011]

Acción Cultural Española (AC/E), artículo de *el país*: “Nace AC/E, la marca oficial para vender la cultura de España”, Madrid, 10 de marzo de 2011

http://www.elpais.com/articulo/cultura/Nace/AC/marca/oficial/vender/cultura/Espana/elpepucul/20110310elpepucul_6/Tes [25.05.2011]

Plan Nacional de Acción Cultural Exterior, 2011

<http://www.laregioninternacional.com/noticia/93856/carmen/caffarel/asuntos/exteriores/trinidad/jimenez/gonzalez/sinde/promocion/espanol/> [06.04.2011]

Asociación para la Difusión del Español y la Cultura Hispánica

http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/10/10_0437.pdf [30.06.2011]

<http://www.educaweb.com/centro/asociacion-difusion-espanol-cultura-hispanica-ades-madrid-12228/> [01.07.2011]

Asociación de Academias de la Lengua Española

<http://www.asale.org/> [04.07.2011]

Asociación Internacional de Hispanistas

<http://asociacioninternacionaldehispanistas.org/> [03.07.2011]

Asociación para la enseñanza del español como lengua extranjera

<http://www.aselered.org/> [02.07.2011]

Ansorena, Asunción, 2006: “Algunas estrategias para la difusión internacional de la cultura española”

http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/236/236_Ansorena.pdf [04.03.2011]

Buitrago, Felipe: “De la importancia del español para las IPDAs”

<http://www.odai.org/articulos/1011-de-la-importancia-del-espanol-para-las-ipdas> [12.01.2011]

Caffarel Serra, Carmen, 2008: “Estados Unidos: presente y futuro del español”

http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_08/pdf/preliminares_01.pdf [28.04.2011]

Chareille, Samantha: “Las políticas de difusión lingüístico-culturales”

<http://www.monografias.com/trabajos10/pl-esp-/pl-esp-.shtml> [04.03.2011]

Criado, María Jesús (Real Instituto Elcano), 2002: “¿Perdurará lo ‘hispano’ en USA?”

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/eeuu-dialogo+trasatlantico/dt7-2002 [18.12.2010]

Feria Internacional del Libro de Guadalajara

<http://www.fil.com.mx/> [10.06.2011]

Festival Internacional de Poesía de Medellín

<http://www.festivaldepoesiademedellin.org/> [10.06.2011]

Fundación Don Quijote

http://www.donquijote-foundation.org/de/aufgaben.projekt_inlingua.asp [09.12.2010]

Guerriero, Leila, 2010: Reportaje: Feria del libro de Guadalajara: “De Cervantes a Calle 13”

http://www.elpais.com/articulo/portada/Guadalajara/_Mexico/Feria_Internacional_del_Libro_de_Guadalajara/Cervantes/Calle/elpepuculbab/20101127elpbabpor_3/Tes [27.11.2010]

ICEX, 2007: “La internacionalización de las industrias culturales españolas”

<http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,,00.bin?doc=4128188> [15.04.2011]

ICEX, 2009: “Plan de Apoyo a la Internacionalización de las Industrias Culturales”

http://intranet.ivex.es/redivex/redivex09/ponencias/industrias_culturales.pdf [11.05.2011]

Instituto Cervantes, 2010: informe “El español, una lengua viva”

<http://www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/sp-informe.pdf> [15.07.2011]

Instituto Cervantes, 2008: “Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007”

http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/publicaciones_espanol/espanol_mundo/enciclopedia_espanol.htm [10.10.2010]

Janich, Nina: “Sprachpolitik – Sprachplanung – Sprachkultur“, en: Haslinger, Peter/Janich, Nina (Forost – Forschungsverbund Ost- und Südeuropa), 2005: *Die Sprache der Politik – Politik mit Sprache*, München, p. 13-20

www.forost.lmu.de/fo_library/forost_Arbeitspapier_29.pdf [29.04.2011]

Noya, Javier/Rodríguez, Beatriz/Ruiz Jiménez, Antonia María (Real Instituto Elcano), 2008: “La imagen de España en Estados Unidos”

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/0461b1804f019802b6caf63170baead1/DT44-2008_Noya-Rodriguez-RuizJimenez_Imagen_Espana_EEUU.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0461b1804f019802b6caf63170baead1 [15.04.2011]

Manrique Sabogal, Winston, 2010: Entrevista en la Feria del libro de Guadalajara: “Lo que hay que saber del español”

http://www.elpais.com/articulo/portada/hay/saber/espanol/elpepuculbab/20101127elpbabpor_4/Tes [27.11.2010]

Muñiz Castro, Emilio G.: “La normalización del español científico y técnico: Un siglo y medio de iniciativas públicas y privadas”, Centro Iberoamericano de Terminología (IBEROTERM), Madrid

http://www.esletra.org/Almagro/html/munizcastrocorri_es.htm [02.05.2011]

Real Instituto Elcano de estudios internacionales y estratégicos, 2005: “Las relaciones culturales internacionales: el marco institucional en España”

http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/229/229_Interarts.pdf [15.04.2011]

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (en colaboración con la Asociación de Directivos de Comunicación, el Foro de Marcas Renombradas Españolas y el Instituto Español de Comercio Exterior), 2003: informe “Proyecto Marca España”

www.realinstitutoelcano.org/publicaciones/informe.pdf [15.02.2011]

Sanz Luque, Belén, 2006: “¿Es posible evaluar la política cultural exterior como una política pública?”

http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/239/239_SanzLuque.pdf [12.03.2011]

Valle, José del, 2005: “La lengua, patria común: Política lingüística, política exterior y el posnacionalismo hispánico”

<http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2006/septiembre/delvalle.html> [03.03.2011]

Victoriano Colodrón, Denis, 2002: Tertulia sobre la imagen del español: “Una lengua simpática”

<http://cuadernodelengua.com/cuaderno10.pdf> [20.02.2011]

La importancia del español - ¿Por qué aprender español?

www.buenastareas.com/temas/la-importancia-del-espanol/ [01.02.2011]

<http://www.donquijote.org/spanish/whyspanish.asp> [01.02.2011]

<http://unilanguage.com.ar/sp/por-que-aprender-espanol.html> [01.02.2011]

Enseñanza del español en el mundo

<http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/Introduccion.pdf> [30.08.2011]

Enseñanza del español en Alemania

<http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/ALEMANIA.pdf> [27.08.2011]

Enseñanza del español en Austria

<http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/AUSTRIA.pdf> [30.08.2011]

Enseñanza del español en Suiza

<http://www.educacion.gob.es/redele/elmundo/2009/SUIZA.pdf> [30.08.2011]

“Entre todas las cosas que nos unen y dan fuerza en el mundo, la lengua española ocupa el primer lugar: extiende nuestro ser hasta el norte de Chicago, Oregon y Nueva York, hasta el sur de Chile y Argentina, y por el Atlántico al mundo ibérico y sus prolongaciones mediterráneas. Nos reconocemos en imágenes, sonidos, construcciones, es cierto, pero en nada tanto como en la lengua común: la de la leona castellana y sus veinte cachorros americanos, como dijo, otra vez, Ruben Darío”. Carlos Fuentes (Cuadernos Cervantes, N.º 16 septiembre-octubre 1997)

CURRICULUM VITAE

ROIS Patricia

Persönliche Daten: geboren am 29.08.1986
in Oberwart/Bgld.
österreichische Staatsbürgerschaft

Ausbildung:

seit 10.2005	Universität Wien, Institut für Romanistik Studium Italienisch und Spanisch auf Diplom zweite romanische Sprache im 2. Studienabschnitt: Portugiesisch
09.2000-06.2005	Handelsakademie (mit ausgezeichnetem Erfolg abgeschlossen) 8230 Hartberg/Stmk.

Berufserfahrung:

seit 09.2005	Teilzeit beim VAAÖ - Verband Angestellter Apotheker Österreichs (Interessensvertretung) im Controlling und Veranstaltungsmanagement
seit 01.2010	private Nachhilfe in Italienisch und Spanisch

Studienrelevante Auslandserfahrung:

07.-08.2011	Forschungsaufenthalt in Sardinien für die Italienisch Diplomarbeit über sardische Literatur
08.-09.2010	Sprachaufenthalt in der Comunidad Valenciana (Alicante) Sprachkurs bei <i>Proyecto Español</i>
07.2009	Sprachaufenthalt in Apulien (Otranto) Sprachkurs bei <i>Scuola Porta d'Oriente</i>
02.2009	Auslandsaufenthalt in Katalonien (Barcelona)
07.2008	Auslandsaufenthalt in Kampanien (Sorrento)
08.2007	Sprachaufenthalt in Kalabrien (Tropea) Sprachkurs bei <i>Piccola Università Italiana</i>
07.2006	Sprachaufenthalt in der Toskana (Viareggio) Sprachkurs bei <i>Centro Culturale Giacomo Puccini</i>