

**EL ESPAÑOL,
UNA INDUSTRIA PARA EL DESARROLLO**
GUSTAVO JARAMILLO*

Resumen

El valor económico que representa hoy en día la industria del español para un país como España es prueba irrefutable de que la lengua y la cultura pueden llegar a convertirse en un sector de alta productividad. Todos los autores citados en el texto concuerdan en la idea de que el protagonismo cultural y económico de la lengua española se hace cada vez más fuerte. Los hechos hablan por sí solos: más de cuatrocientos millones de personas hablan español como lengua materna y más de catorce millones de personas estudian español como lengua extranjera en el mundo hoy. Colombia tiene mucho camino por recorrer en este campo, empezando por la formación de maestros, la creación de materiales propios y la difusión de programas y cursos de español que atraigan a más extranjeros a nuestro país.

Palabras clave: Español para extranjeros, valor económico del español, industria del español, desarrollo.

Title: *Spanish—An Industry for Development*

Abstract

The economic value that the industry of Spanish represents nowadays for a country like Spain is clear evidence that both language and culture can become a sector of high productivity. All the authors cited in the text agree on the idea that the economic and cultural prominence of Spanish gets stronger day after day. The facts speak by themselves: more than 400 million people speak Spanish as a mother tongue and more than 14 million people study Spanish as a foreign language in the world today. Colombia has a long way to go into this field, starting with teachers' formation, creation of materials of its

* Coordinador del Programa de Español para Extranjeros (Espex) de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia)

own, and diffusion of programs and courses of Spanish that attract more foreign students to our country.

Key words: Spanish for foreign students, economic value of Spanish, industry of Spanish, development.

Todos los datos recogidos en este texto indican que ha llegado nuestro turno de ser los protagonistas de nuestro propio destino. Ahora empieza a quedar atrás la idea de que tenemos que mirar sólo hacia afuera —en particular, hacia el norte—, y nosotros comenzamos a valorarnos más desde adentro. El español ha dejado de ser una lengua secundaria en el ámbito internacional, para convertirse en actor principal de muchos acontecimientos históricos.

Hoy en día, el español ostenta un valor económico considerable para el desarrollo de este “Nuevo Mundo”, como bien lo llama Daniel Samper Pizano (2007) en su discurso de cierre del IV Congreso de la Lengua Española, realizado recientemente en Cartagena de Indias (Colombia).

Una serie de elementos tomados de artículos aparecidos en diversas fuentes (véase la bibliografía) respaldan la idea que queremos transmitir sobre la importancia que tiene el español en el presente.

Los datos más recientes y quizás más relevantes sobre la situación actual de nuestra lengua aparecen en la *Enciclopedia del español en el mundo* que el Instituto Cervantes publicó en su habitual anuario, versión 2006-2007, en conmemoración de sus primeros quince años de labores. Esta compilación de más de doscientos artículos presenta la información más completa, actualizada y detallada que existe hasta el momento acerca del estado de la lengua y la cultura españolas e hispanoamericanas cubriendo, desde todos los ángulos, ámbitos y disciplinas posibles, las diferentes regiones y países del mundo en los cuales se usa el español.

En las primeras páginas de este compendio, y en palabras del rey Juan Carlos I, quien preside el Instituto Cervantes, leemos que “el español se ha afianzado como una de las grandes lenguas de comunicación en todo el mundo, y hoy es el instrumento que utilizan millones de personas de las más distintas procedencias para relacionarse, ampliar conocimientos y compartir ideas y proyectos”.

Añade que “el español contribuye a reforzar en la escena internacional la presencia cultural, económica y política de los más de 400 millones de personas” que utilizan el español como lengua materna.

A su vez, el actual presidente del gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, asegura que el español “ha alcanzado un protagonismo cultural y económico en todo el mundo, inimaginable hace apenas algunos años” y que, tras haberse convertido en la cuarta lengua más hablada del planeta, “su prometedor porvenir es incuestionable”.

Por su parte, el recién nombrado ministro de Cultura español y anterior director del Instituto Cervantes, César Antonio Molina, argumenta que el valor de nuestra lengua es, hoy por hoy, indiscutible, ya que representa una enorme “fuente de riqueza”. Su argumento se basa en tres factores fundamentales, a saber: el ingente número de hablantes del español, su funcionalidad como medio de comunicación internacional y el prestigio cultural del que goza.

Según César Antonio Molina, de los 91 países sondeados para la elaboración de las estadísticas presentadas en la *Enciclopedia del español en el mundo*, el total de los países en los que se estudia nuestro idioma alcanza la no despreciable cifra de 86, y al menos catorce millones de personas estudiarían español como lengua extranjera en esos países, cifra que bien podría multiplicarse de manera vertiginosa gracias a la reciente inclusión, por ley, del estudio de nuestra lengua en las escuelas del Brasil, con lo cual se sumarían unos once millones de alumnos. Cabe mencionar que, de los actuales catorce millones de estudiantes de español que se registran, algo más de la mitad se concentran en países del continente americano; más concretamente, en los Estados Unidos, donde hay al menos seis millones de personas dedicadas al estudio de nuestro idioma.

Considerando el hecho de que Colombia se ve favorecida, de una u otra manera, por su situación geográfica —que la ubica en el centro del continente, no muy lejos de los Estados Unidos y muy cerca del Brasil—, y teniendo en cuenta que gozamos de cierta reputación positiva por hablar un muy buen español —imagen que, debatible o no, reside, al fin y al cabo, en muchas mentes—, podríamos estar asistiendo al comienzo de una verdadera expansión internacional de nuestra lengua y nuestra cultura, siempre y cuando estemos preparados tanto en los aspectos didácticos como en los de infraestructura para afrontar con responsabilidad y eficiencia los grandes cambios y las transformaciones que se avecinan.

No se puede discutir que el español es una industria: lo demuestra el hecho de que ocupe hoy el segundo lugar como lengua extranjera más estudiada en el mundo, después del inglés. La demanda de cursos de español es la que más ha crecido en los últimos diez años. Con ella han aflorado una serie de servicios asociados a una creciente industria que vincula distintos sectores de producción oral y escrita en el turismo, la edición literaria, académica y científica, la producción de materiales para la enseñanza, el ocio y el entretenimiento, y la certificación de conocimientos en el idioma por medio de diplomas o certificados que ahora serán más ampliamente reconocidos y avalados gracias a la reciente creación del Sistema Internacional de Certificación del Español como Lengua Extranjera (Sicele), único en su género, al cual han adherido más de cien universidades cuya apuesta por un sistema de estas características les aportará, con certeza, copiosos dividendos.

Vale la pena entonces reconsiderar las palabras de César Antonio Molina referentes al futuro de nuestro idioma: “El momento en que nos encontramos es determinante: sólo debemos decidir si estamos dispuestos a afrontar el desafío que entraña convertir en realidad la riqueza potencial

de nuestra mayor y mejor inversión de futuro, el español”. Quizás para un país como España, que lleva años construyendo este importante renglón de su economía —el cual le representa hoy, según Juan Carlos Jiménez, entre 10% y 15% del PIB—, no sea tan difícil afrontar el desafío. Pero tal vez, para un país como Colombia, una empresa como ésta exija, en primera instancia, una sincera voluntad política de abrir los ojos a las inmensas posibilidades de crecimiento económico de un sector que, infortunadamente, ha sido víctima, como la educación, de la apatía del gobierno. Sólo así, y favorecidos por presupuestos que de verdad permitan encarar tal reto, seremos capaces de desarrollar esta prometedora industria y de recoger sus frutos en un futuro no muy lejano.

Al revisar otras fuentes^{*} se puede comprobar que, en un país como los Estados Unidos, el español es el segundo idioma más hablado —allí se cuenta con varias cadenas de radio y televisión que efectúan transmisiones habladas en su totalidad en nuestro idioma—, que el español es lengua oficial de la ONU y sus organismos, de la Unión Europea y de otros organismos internacionales y que se lo tiene en cuenta en Internet, la gran autopista internacional de la información, lo que asegura la constante traducción, difusión e intercomunicación de las innovaciones informáticas. Según Zamora, todo, pues, parece augurar, si así nos lo proponemos, que en este siglo el español será una de las lenguas de mayor difusión.

Añade que, para el año 2050, un cuarto de la población residente en los Estados Unidos será de origen “hispano”, contra el 11% actual, poniendo a este grupo poblacional por encima, y muy lejos, de cualquier otro, con excepción de los anglosajones, que representarán el 52% de la población total. Por último asegura que el español se convertirá en un requisito no solamente para hacer nego-

* El profesor Sergio Zamora, de México, por ejemplo, ha publicado tres artículos que tienen que ver con este tema.

cios sino también para ejercer la política en dicho país. Vale la pena traer a colación, en este punto, lo dicho por un potencial estudiante nuestro, proveniente del estado de Tejas —*Texas*, en inglés—. Cuando le pregunté cuál era su interés real por el español, me sorprendió su respuesta: “Mi papá tiene un banco en Dallas, y la mayoría de nuestros clientes hablan español [...] por eso estoy aquí en Medellín, para aprender español y poder atender mejor a los clientes de nuestro banco”.

En consecuencia, no podemos cerrar los ojos ante el peso social y político del número de hispanohablantes, que parece aumentar de manera vertiginosa en ese país, aunque dicho peso probablemente tenga que ver, en cierta medida, con el hecho de que, sin su voto, a los políticos les será muy difícil competir exitosamente en las elecciones para un cargo gubernamental, especialmente en los estados del sur.

En su artículo titulado “El español como recurso económico: anatomía de un nuevo sector”, el español Óscar Berdugo (1996) afirma:

La idea que subyace en el concepto “español como recurso económico” es la de buscar puntos de encuentro entre los diferentes sectores de ese conglomerado de actividades, ofrecerles servicios comunes, establecer planes de promoción y comercialización conjuntos, buscar estrategias unificadoras y, en definitiva, fomentar la madurez de esas empresas y la creación de un tejido empresarial más sólido.

Este autor también sostiene que los mercados mundiales se convierten, cada día más, en *mercados culturales*, cuyo principal valor añadido es el significado de lo que el cliente compra y cuya garantía es la obtención de un servicio de alta calidad. Es apenas obvio, por lo tanto, que si el español se llegara a conformar de esta manera, tendría la gran virtud de “inducir el incremento de la demanda de bienes y servicios ligados genéricamente con la idea de lo español” o *lo latino* en sectores que tienen que ver con

la gastronomía, el diseño, la moda y el turismo. De allí que sea posible predecir un fuerte efecto de arrastre que se hace evidente en el resto de los servicios o productos industriales, entre los cuales cabe mencionar los servicios de planificación lingüística, los servicios lexicográficos, la documentación, la terminología, la enseñanza del español a extranjeros y la producción de textos y materiales de apoyo para la enseñanza del español, entre otros.

Berdugo identifica cuatro sectores fundamentales que tienen relación con la industria del español:

1. un núcleo central que estaría ocupado por los servicios lingüísticos, la enseñanza del español a extranjeros y las ediciones para dicha enseñanza
2. el sector de tecnologías de la lengua, que adquiere valor principalmente por su carácter estratégico
3. los sectores editorial, audiovisual y musical, que estarían englobados en la denominación “sectores de difusión”
4. los demás sectores afines a la cultura, a condición de llevar a cabo una estrategia integrada de penetración de mercados cuya consecuencia sería la creación de un referente cultural complejo para diferentes productos y servicios que estarían cobijados bajo la marca distintiva de lo español o lo latino.

Añade Óscar Berdugo que la mayoría de las empresas o instituciones que trabajan en este sector no llevan más de quince años en esta actividad. En otras palabras se podría afirmar que resta mucho por hacer en este campo, más en un país como Colombia, al que apenas empiezan a llegar alumnos de otros países. En contraste, en España aparecen registradas a la fecha más de 250 empresas que se dedican de manera total o parcial a la enseñanza del español para extranjeros. La totalidad de esas empresas son pymes, aunque quizás sería más adecuado hablar de

pequeñas empresas, ya que ninguna sobrepasa la cifra de 250 empleados. En Colombia, apenas unas pocas universidades trabajan en este campo. En Medellín sólo tres instituciones se dedican a la enseñanza de español para estudiantes que vienen de países no hispanoparlantes.

Según este autor, en 2000, la facturación total del sector fue de 186,3 millones de euros (aproximadamente, 560 mil millones de pesos), y se tiene información reciente según la cual el número de alumnos con la única motivación de adquirir competencia en español que recibe España ha pasado de 150 mil a 180 mil en los últimos cinco años. Francisco Pérez Navarro, presidente de la Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (Fedele), calcula que, sólo en 2005, España recibió cerca de 180 mil estudiantes de español como lengua extranjera, de los cuales 80% asisten a centros de lenguas privados, mientras que los demás se inscriben en cursos programados por los centros de lenguas de la universidades españolas. Citando sus palabras, nosotros también consideramos que “es innecesario repetir argumentos, decenas de veces planteados a los responsables políticos de distintos ámbitos y niveles, sobre la trascendencia económica y social de esta actividad, del empleo que genera, de las familias que reciben a estos ‘turistas idiomáticos’, [...], etc. y, en definitiva, del amplio efecto social, económico y cultural que conlleva la enseñanza del español”.

El conjunto de estos elementos, sumados a una creciente demanda del español en nuestro propio medio (más de 6.000 estudiantes extranjeros han pasado por cursos en las universidades y los institutos colombianos en los últimos tres años, según el periódico *El Tiempo*) hace pensar en la necesidad de estar muy preparados, con lo cual me refiero en particular a tres necesidades puntuales:

1. Necesitamos programas de formación de maestros en esta área, ya que no existen en nuestro país.

2. Debemos crear nuestros propios materiales didácticos y favorecer la investigación en este campo.
3. Hay que promover al país con una oferta global atrayente y variada, y por supuesto local, desde cada una de las instituciones que ofrecen programas de Español como Lengua Extranjera (ELE).

Esperamos que algunos de los aspectos tratados aquí alimenten el debate y la reflexión sobre la necesidad de empezar a ver a nuestro idioma como un bien económico y cultural que nos permita crear y fortalecer cada vez más una industria que impulse el desarrollo económico y educativo de nuestra región y de nuestro país.

Bibliografía

- ALFONSO, ÉDGAR (2006), “Cada vez más extranjeros vienen a Colombia a estudiar español”, *El Tiempo*, Bogotá, 21 de enero.
- BERDUGO, ÓSCAR (1996), “El español como recurso económico: anatomía de un nuevo sector” [en línea], disponible en http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/berdugo_o.htm, recuperado: abril de 2007.
- JIMÉNEZ J., JUAN C. (2006), “¿Cuánto vale el español?”, en VV. AA., *Enciclopedia del español en el mundo*, Madrid, Instituto Cervantes; Barcelona, Plaza & Janés – Círculo de Lectores, 2006, pp. 459-462.
- MOLINA, CÉSAR A. (2006), “El valor de la lengua”, en VV. AA., *Enciclopedia del español en el mundo*, Madrid, Instituto Cervantes; Barcelona, Plaza & Janés – Círculo de Lectores, 2006, 17-20.
- PÉREZ N., FRANCISCO (2006), “El sector privado del español en España: reflexiones sobre el presente y el futuro”, en VV. AA., *Enciclopedia del español en el mundo*, Madrid, Instituto Cervantes; Barcelona, Plaza & Janés – Círculo de Lectores, 2006, pp. 455-458.
- RODRÍGUEZ Z., JOSÉ L. (2006), “El español, lengua de diálogo”, en VV. AA., *Enciclopedia del español en el mundo*, Instituto Cervantes; Barcelona, Plaza & Janés – Círculo de Lectores, 2006, pp. 15-16.
- SAMPER P., DANIEL (2007, 29 de marzo), “Contra la guerra de las lenguas” [discurso de cierre], IV Congreso Internacional de la Lengua Española, Cartagena de Indias.
- ZAMORA, SERGIO (2002), “El español en el mundo: datos y números”, “El inevitable dominio del español” y “El desarrollo y expansión de la lengua española” [en línea], disponibles en: <http://szamora.freesevers.com/desarrol.htm>, recuperado: abril de 2007.