



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA
(HACIENDA PÚBLICA, POLÍTICA ECONÓMICA
Y ECONOMÍA POLÍTICA)

Efectos económicos de la lengua española.
El ejemplo de Brasil

Tesis Doctoral presentada por:
Carmen Prieto Sánchez

Dirigida por:
Dr. D. Enrique Torres Bernier

2015



Publicaciones y
Divulgación Científica

AUTOR: Carmen Prieto Sánchez

 <http://orcid.org/0000-0002-4741-4433>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Facultad de Económicas
Campus El Ejido
29071 MÁLAGA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA
(HACIENDA PÚBLICA, POLÍTICA ECONÓMICA
Y ECONOMÍA POLÍTICA)

D. Enrique Torres Bernier, Profesor Titular del Departamento de Economía Aplicada
(Hacienda Pública, Política Económica y Economía Política)

ACREDITA que la Memoria de Tesis titulada “Efectos económicos de la lengua española. El ejemplo de Brasil” presentada por D^a. **CARMEN PRIETO SÁNCHEZ** para aspirar al grado de DOCTORA por la Universidad de Málaga, ha sido realizada bajo su dirección y autoriza su presentación para su defensa en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Málaga.

Para que así conste, firma el presente certificado en Málaga, a 5 de noviembre de 2015

*“La langue est une raison humaine
qui a ses raisons et
que l'homme ne connaît pas.»*

*“La lengua es una razón humana
que tiene sus razones y
que el hombre no conoce.”*

(Claude Lévi-Strauss. La Pensée sauvage.)

A mis padres

Agradecimientos

Quisiera agradecer a todas las personas que con su ayuda han hecho posible la realización de este trabajo. Sin ellos no lo habría conseguido.

En primer lugar a mi director de tesis, D. Enrique Torres Bernier y al departamento de Política Económica de la Universidad de Málaga por su disponibilidad y comprensión.

A Oscar Pujol, director de Instituto Cervantes de Río de Janeiro por su apoyo y colaboración.

A las personas que desinteresadamente me han ofrecido ayuda, sugerencias y opiniones especialmente a Claude Demiras, Vicente Granados, Domingas Barbosa, Michel Suárez y Francisco Pérez.

A mis hermanas, Amalia y Antonia, por todo. A mi tía Araceli Sánchez por estar siempre ahí. A mi sobrina Amelie, por sus juegos de palabras multilingües.

Finalmente, el agradecimiento más profundo a mi querido Pierre Oliva por su comprensión, consejos y disponibilidad incondicional desde el inicio hasta el final. Por su paciencia durante todas las etapas de este recorrido. Por su cariño.

Resumen

Las actividades vinculadas a una lengua tienen efectos sobre la riqueza, la creación de empleo y el comercio internacional de los países que la comparten. En sentido inverso, la evolución económica de un espacio lingüístico también incide sobre la expansión de la lengua que lo caracteriza.

En este trabajo se analiza la influencia mutua de las variables lingüísticas y económicas en el posicionamiento del idioma español dentro el contexto actual de las grandes lenguas.

El ejemplo de Brasil permite entender el peso de las políticas de planificación lingüística en uno de los mayores mercados potenciales para el desarrollo del español así como el efecto sobre la difusión de la lengua de acuerdos económicos tales como MERCOSUR.

Se ha realizado una investigación combinada empleando varios tipos fuentes de datos primarias y secundarias: análisis documental, análisis estadístico y cuestionario. Se ha seguido la metodología del estudio de casos con un enfoque mixto aplicando técnicas cuantitativas y cualitativas.

Como principal resultado se llega a la conclusión de que la lengua española es un activo para España y los demás países hispanohablantes cuya difusión constituye un factor de desarrollo económico que puede ser optimizado a través de la coordinación entre los organismos públicos y la colaboración de los países hispanohablantes.

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
I.1	DESCRIPCIÓN GENERAL.....	2
I.2	ENCUADRE DEL TRABAJO	6
I.2.1	Lengua	7
I.2.2	Lengua española.....	7
I.2.3	Economía de la lengua	9
I.2.4	Valor económico de la lengua	9
I.2.5	Hablantes de una lengua.....	10
I.2.6	Estudiantes de una lengua	10
I.2.7	Espacio lingüístico	11
I.3	PROCESO METODOLÓGICO.....	12
I.3.1	Hipótesis.....	12
I.3.2	Objetivos	12
I.3.3	Limitaciones.....	13
I.4	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
I.4.1	Instrumentos de recogida de información.....	14
I.4.2	Fuentes Documentales.....	15
I.4.3	Estudio de casos	16
I.4.4	Consulta de fuentes estadísticas.....	19
I.4.5	Trabajo de campo. El cuestionario.....	19
II.	MARCO TEÓRICO.....	23
II.1	CUESTIONES DE PARTIDA.....	24
II.1.1	El concepto	24
II.1.2	La interdisciplinariedad	30
II.1.3	El objeto de estudio	37
II.1.4	Las aplicaciones.....	46
II.2	TEORÍA ECONÓMICA DE LA LENGUA	51
II.2.1	La lengua como bien	51

II.2.2	Las decisiones individuales y la lengua	54
II.2.3	La lengua como intangible inmaterial	57
II.2.4	La lengua como institución.....	59
II.2.5	Las políticas lingüísticas.....	63
II.2.6	Valor de uso y valor de cambio de una lengua	68
II.3	APROXIMACIONES Y REFLEXIONES SOBRE EL VALOR DEL ESPAÑOL	75
II.3.1	Trabajos realizados sobre la lengua española.....	75
II.3.2	Reflexiones sobre el valor del español.....	80
III.	CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LAS LENGUAS	84
III.1	COMPETENCIA ENTRE LENGUAS.....	85
III.1.1	Dinámicas de sustitución lingüística.	85
III.1.2	Fortalezas y posicionamiento de las lenguas	88
III.2	ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS LENGUAS	97
III.2.1	Factor demográfico: Las lenguas y sus hablantes	97
III.2.2	Los estudiantes de lenguas extranjeras	102
III.3	LAS POLITICAS LINGÜISTICAS Y SISTEMAS EDUCATIVOS	106
III.3.1	Política lingüística escolar europea	107
III.3.2	La elección lingüística de los universitarios	110
III.4	LAS POLITICAS DE DIFUSIÓN DE LA LENGUA COMO VECTOR DE IMPULSO EN EL EXTERIOR.....	115
III.4.1	Difusión del inglés	117
III.4.2	Difusión del francés.....	118
III.4.3	Difusión del alemán.....	120
III.4.4	Difusión del español.....	120
IV.	ENSEÑANZA DE ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS	123
IV.1	¿POR QUÉ APRENDER ESPAÑOL?.....	124
IV.1.1	Breves pinceladas históricas	124
IV.1.2	La imagen del español frente a sus competidores.....	126
IV.1.3	Demografía y oficialidad de la lengua en del espacio hispanohablante	129

IV.1.4	Proyecciones de población hispanohablante.....	133
IV.1.5	El español y la cultura de los países hispanohablantes.....	138
IV.1.6	El español virtual	139
IV.1.7	El español y los factores económicos.....	145
IV.2	POLITICAS DE DIFUSIÓN DEL ESPAÑOL	154
IV.2.1	Ministerio Español de Educación, Cultura y Deporte.....	155
IV.2.2	Ministerio Español de Asuntos Exteriores. El Instituto Cervantes	157
IV.3	LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRAJERA.....	169
IV.3.1	La enseñanza del español como lengua extranjera en España	171
IV.3.2	La enseñanza del español como lengua extranjera en otros países hispanohablantes.....	175
IV.3.3	La enseñanza del español como lengua extranjera en países no hispanohablantes	178
V.	ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA EN BRASIL	182
V.1	CONTEXTUALIZANDO LA LENGUA ESPAÑOLA EN BRASIL	183
V.1.1	Las relaciones España-Brasil.....	184
V.1.2	La imagen del español en Brasil	187
V.1.3	Panorama institucional del español en Brasil	192
V.2	EVOLUCIÓN DEL ESPAÑOL EN EL SISTEMA EDUCATIVO DE BRASIL.....	195
V.2.1	Estructura del sistema educativo	195
V.2.2	Características del sistema educativo	198
V.2.3	La regulación del español en la educación brasileña	198
V.2.4	La Ley 11.161/2005	204
V.3	OFERTA Y DEMANDA DE ESPAÑOL EN BRASIL	208
V.3.1	El español en la educación básica brasileña.....	208
V.3.2	La enseñanza superior.....	208
V.3.3	Vestibular y ENEM	209
V.3.4	El programa Ciencias Sin Fronteras.....	211
V.3.5	Los centros de lenguas	213

V.3.6	El sector privado.....	214
V.4	ESTUDIO DEL CASO DE RIO DE JANEIRO	216
V.4.1	Mercado lingüístico en Río de Janeiro	216
V.4.2	Descripción del cuestionario	222
V.4.3	Análisis de los resultados	224
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	235
VI.1	CONCLUSIONES	236
VI.1.1	Estudiar la interrelación economía-lengua española (Obj. intermedio).....	236
VI.1.2	Analizar el estado de la investigación sobre el valor de la lengua española en el mundo y en particular en Brasil (Obj. intermedio).	236
VI.1.3	Identificar el perfil, las motivaciones y el comportamiento de los estudiantes de español en Río de Janeiro (Obj. intermedio).....	237
VI.1.4	Determinar el posicionamiento socioeconómico de la lengua española en relación a las demás grandes lenguas del mundo (Obj. final).....	237
VI.1.5	Profundizar en las potencialidades de la enseñanza de español en Brasil (Obj. final)	238
VI.1.6	Revisar el modelo y las políticas actuales de difusión de la lengua española (Obj.final).....	239
VI.1.7	Establecer posibles tendencias futuras del español como lengua extranjera (Obj. final).	240
VI.2	RECOMENDACIONES	242
VII.	BIBLIOGRAFÍA.....	243
ANEXOS	260
	Lei nº 11.161 de 5 de agosto de 2005 (Ley del español de Brasil).....	261
	Cuestionario	262

RELACIÓN DE TABLAS

Tabla 1 Índice de importancia de las lenguas	93
Tabla 2 Peso mundial de las principales lenguas según Calvet.....	94
Tabla 3 Clasificación de las principales lenguas según Calvet por factores	96
Tabla 4 Idiomas con más de 50 millones de hablantes nativos	99
Tabla 5 Escolaridad obligatoria a tiempo completo (1993-2010).....	108
Tabla 6 Movilidad Estudiantil ERASMUS (2012-2013)	112
Tabla 7 Principales imperios coloniales	116
Tabla 8 Países hispanohablantes por Índice de Presencia Global.....	129
Tabla 9 Oficialidad de la lengua española	132
Tabla 10 Número de usuarios potenciales del español	133
Tabla 11 Población mundial por grandes áreas	134
Tabla 12 Principales lenguas destino de traducción	139
Tabla 13 Principales lenguas origen de traducción.....	139
Tabla 14 Diez idiomas más usados en la web (diciembre 2013).....	141
Tabla 15 Usuarios de Facebook por lengua (2012)	144
Tabla 16 Idiomas más empleados en Twiter (2012)	144
Tabla 17 PIB del Espacio Hispanohablante (2014)	145
Tabla 18. Comercio internacional del Espacio Hispanohablante (2013).....	149
Tabla 19 Comparativa espacios lingüísticos.....	153
Tabla 20 Recursos del Ministerio de Educación Español en el exterior.....	156
Tabla 21 Centros del Instituto Cervantes.....	164
Tabla 22 Número de estudiantes de español en el mundo	170
Tabla 23 Principales emisores de turistas idiomáticos en España	172
Tabla 24 Oferta de centros de enseñanza de español para extranjeros en España	173
Tabla 25 Principales lenguas extranjeras estudiadas en EEUU	180
Tabla 26 Estructura del sistema educativo brasileño	196
Tabla 27 Número de matrículas en Educación Básica (Brasil)	197
Tabla 28 Empresas españolas establecidas en Río de Janeiro (2014).....	217
Tabla 29 Matrículas en Educación Básica 2014 (Estado de Río de Janeiro).....	218
Tabla 30 Establecimientos por Dependencia Administrativa 2014 (Estado Río de Janeiro) ..	218
Tabla 31 Matrículas de Educación Básica 2012 (Municipio de Río de Janeiro)	219
Tabla 32 Establecimientos por Dependencia Administrativa 2012 (Estado Rio de Janeiro)	219
Tabla 33 Oferta de español en el sistema universitario (Estado Río de Janeiro).....	220

Tabla 34 Comparativa instituciones de lenguas extranjeras (municipio Río de Janeiro).....	221
Tabla 35 Razones para estudiar español.....	227
Tabla 36 Diferencia salarial entre profesionales con dominio de lengua extranjera	228
Tabla 37 Valoración mundo hispanohablante	229
Tabla 38 Razón del último viaje a un país hispanohablante	230

RELACIÓN DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Clasificación jerárquica de lenguas en función de su papel	71
Gráfico 2 Evolución del número de lenguas en el mundo	89
Gráfico 3 Proyección de lenguas mayoritarias (hablantes nativos).....	91
Gráfico 4 Distribución geográfica de las lenguas por continentes.....	91
Gráfico 5 Comunidades lingüísticas en % en el PIB mundial.....	92
Gráfico 6 Número de lenguas y sus hablantes en el mundo.....	99
Gráfico 7 Relación hablantes nativos y secundarios de las lenguas mayoritarias	100
Gráfico 8 Porcentaje hablantes de principales idiomas dentro de la UE (+3 % hablantes)	101
Gráfico 9 Lenguas más aprendidas en la UE (% hablantes)	102
Gráfico 10 Composición de los hablantes de las lenguas mayoritarias	103
Gráfico 11 Idiomas más estudiados como lengua extranjera	104
Gráfico 12 Lenguas extrajeras estudiadas en el mundo (miles de estudiantes).....	104
Gráfico 13 Lenguas extranjeras aprendidas en primaria en la UE (2011).....	108
Gráfico 14 Lenguas más estudiadas en los niveles CITE 2-3 (2011).....	109
Gráfico 15 Estudiantes universitarios matriculados fuera de su país de ciudadanía por región de destino.....	111
Gráfico 16 Porcentaje alumnos extranjeros matriculados por país de destino (2012)	111
Gráfico 17 Salidas ERASMUS por países.....	113
Gráfico 18 Destinos ERASMUS más demandados.....	113
Gráfico 19 Procedencia de los estudiantes ERASMUS llegados a España.....	114
Gráfico 20 Origen de los ingresos en el presupuesto del Instituto Cervantes (2015)	121
Gráfico 21 Ingresos generados por las instituciones lingüísticas.....	122
Gráfico 22 Porcentaje de idiomas por página de organismo internacionales (2011).....	131
Gráfico 23 Evolución de la población hispana en Estados Unidos (1980-2050)	134
Gráfico 24 Origen de nacimiento de la población hispana en Estados Unidos (millones).....	135
Gráfico 25 Población hispana que habla inglés en el hogar o habla inglés muy bien (%)	136
Gráfico 26 Habilidades habladas y escritas en español por generación de la población de origen hispano en Estados Unidos.	137
Gráfico 27 Habilidades habladas y escritas en inglés por generación de la población de origen hispano en Estados Unidos.	137
Gráfico 28 Ediciones Wikipedia español por país (%)	142
Gráfico 29 Índice de Desarrollo Humano del Espacio Hispanohablante en 2013.....	148
Gráfico 30 Exportaciones por región en el área de América Latina y Caribe.....	150

Gráfico 31 Importaciones por región en el área de América Latina y Caribe	151
Gráfico 32 Evolución del gasto del Instituto Cervantes	159
Gráfico 33 Evolución de los ingresos del Instituto Cervantes	160
Gráfico 34 Personal de Instituto Cervantes	160
Gráfico 35 Evolución de las matrículas e inscripciones DELE del Instituto Cervantes	161
Gráfico 36 Centros Acreditados del Instituto Cervantes.....	166
Gráfico 37 Centros Acreditados del Instituto Cervantes en España	167
Gráfico 38 Evolución del número de centros y países DELE	168
Gráfico 39 Países con mayor número de estudiantes de español	170
Gráfico 40 Presencia del Ministerio de Educación Español en Estados Unidos.....	181
Gráfico 41 Presencia del Ministerio de Educación Español en Brasil.....	193
Gráfico 42 Matrículas en educación básica por modalidad y etapa en Brasil	197
Gráfico 43 Elección de Lengua Extranjera ENEM por región	210
Gráfico 44 Resultados pruebas lengua extranjera en ENEM	211
Gráfico 45 Principales destinos Ciencias Sin Fronteras.....	212
Gráfico 46 Franja de edad	224
Gráfico 47 Nivel de estudios (%)	224
Gráfico 48 Valoración profesional de los idiomas.....	225
Gráfico 49 Certificado Idioma (%)	226
Gráfico 50 ¿Con quién viajó?	230
Gráfico 51 Gasto diario	231
Gráfico 52 Consumo productos vinculados con la lengua española (último año).....	232
Gráfico 53 Gasto en actividades vinculadas al español (último año).....	233
Gráfico 54 Exportación a Brasil del sector del libro 1999-2013 (miles de euros)	233

I. INTRODUCCIÓN

I.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

Al aproximarnos a la dimensión económica de la lengua la primera idea que surge es su destacado papel en los intercambios y las negociaciones comerciales de toda índole. Sin una lengua común no hay transacción y si embargo sorprende la escasa atención que este elemento de intercambio ha recibido desde la óptica económica. La *mano invisible* del mercado a la que apelan los economistas clásicos se encuentra acompañada de la *lengua invisible* como componente intangible que interviene en todas las operaciones de intercambio que se realizan en el mercado.

Aunque Adam Smith ya se interrogó en su “Riqueza de la Naciones” sobre la naturaleza y estructura de la lengua, su papel económico va mucho más allá de esta primera aproximación inicial.

La cuestión lingüística no aparece en la literatura económica hasta el decenio de 1960. En ese momento empieza a considerarse la lengua como una variable fundamental para explicar determinados hechos de naturaleza económica. El interés inicial se vio acompañado por la madurez y el desarrollo de los instrumentos de análisis y la disponibilidad de información económica precisa para este tipo de investigaciones.

Actualmente la producción científica de este campo sigue haciéndose y surge un interés académico creciente a medida que los elementos intangibles de la realidad -la lengua es uno fundamental- cobran protagonismo en la actividad económica y en la explicación del crecimiento económico de la mano de las teorías endógenas.

El desarrollo de las tecnologías de la información y el conocimiento están jugando un papel importante para potenciar el valor de la lengua como software que sirve de vehículo a la tecnología social siendo generadora de unas externalidades de red que multiplican los efectos positivos de su uso y extensión.

Contar con una lengua de amplia difusión otorga a la comunidad que la posee la posibilidad de acceder a un mayor mercado potencial sin incurrir en gastos de traducción. Toda comunidad lingüística tiene interés en maximizar el número de hablantes y su extensión geográfica tendencia esta que genera ciertas dinámicas de rivalidad o competencia entre las lenguas.

Los procesos de sustitución lingüística han existido desde siempre y lenguas como el latín, que tuvieron una gran difusión en otras épocas, ya no se usan en la actualidad. Las potentes tecnologías hacen posible la comunicación con más personas, más alejadas entre sí y a un coste menor. Las lenguas se vuelven precarias y muchas desaparecen incluso a gran velocidad. La uniformidad lingüística acelera la pérdida de sentido de un mundo en el que se desploma diversidad. El mundo *posglobal* asiste a una reducción de **diversidad lingüística objetiva** por la desaparición acelerada de lenguas minoritarias que convive con el aumento de la **diversidad lingüística subjetiva** por el que cada vez son más frecuentes las personas que hablan varias lenguas.

Existe una situación desigual de los idiomas en el mundo caracterizada por la división entre idiomas mayoritarios, asumidos por un número mayor de personas que los utilizan para un número creciente de funciones que conviven con idiomas minoritarios, muchos de ellos en peligro de extinción.

Las grandes lenguas del mundo se enfrentan a un proceso de competencia que se intensifica con el desarrollo las tecnologías. El mantenimiento de una lengua depende de su vitalidad. Cuanto mayor sea esta vitalidad, mayores posibilidades de sobrevivir y expandirse tendrá la lengua.

Todas las lenguas no tienen el mismo poder ni la misma fuerza de atracción. Entre las principales causas que contribuyen a su expansión encontramos elementos demográficos, económicos, culturales y políticos mientras que los factores lingüísticos pueden jugar cierto papel en función de la fuerza de los demás (Lodares, 2005).

Una lengua no es dominante naturalmente, lo es porque sus hablantes son poderosos e importantes. Solo unas pocas lenguas naturales tienen la posibilidad de experimentar una gran expansión gracias al poder y la dispersión de sus hablantes. Algunas lenguas están viviendo una gran expansión (inglés, francés, árabe, español) mientras que otras pierden terreno o tienden a desaparecer.

Partiendo de las ventajas económicas que la expansión de una lengua entraña para su comunidad de hablantes, los gobiernos tienen interés en impulsar su difusión fuera de las fronteras a través de distintas políticas. Algunos países como Francia o Inglaterra tienen una larga tradición en esta labor gracias a la herencia recibida de los imperios modernos que

contaban con un grado de desarrollo de las tecnologías y de los sistemas educativos como para que la difusión de la lengua fuera un objetivo.

Este no fue el caso del imperio español, anterior, cuyo objetivo principal fue la difusión de la religión y no de la lengua pues esta carecía de la posterior importancia que cobraría con la construcción de los Estados modernos y desarrollo tecnológico de las comunicaciones.

El número de hablantes nativos es un elemento clave que sitúa al español en segunda posición entre las grandes lenguas internacionales, por detrás del chino y por delante del inglés. Los hispanohablantes se encuentran en unos espacios geográficos bien localizados: Las Américas y España. Sin entrar en cuestiones de distribución de renta, son países con economías consideradas como medias o fuertes en el contexto global.

Si el número de hablantes nativos es el punto fuerte del español, el porcentaje de estudiantes de español como lengua extranjera en relación a estos es menor que el de otras lenguas internacionales con menos hablantes nativos. Es el caso del inglés, la lengua extranjera más estudiada, o del francés, la lengua que cuenta con el mayor número de estudiantes en relación a sus hablantes nativos.

El interés por estudiar una lengua extranjera puede estar motivado por múltiples razones. Entre ellas destacan las políticas de difusión lingüística de los países, la vinculación con la diplomacia la imagen proyectada por la colectividad lingüística o la situación económica.

Algunos países relevantes por el número de estudiantes de su lengua, como Francia, han heredado de su pasado colonial una larga tradición de la difusión de la lengua y la cultura vinculada a la diplomacia y la cooperación internacional. No es el caso del español. El Instituto Cervantes se creó más de un siglo después que la Alianza Francesa, 60 años más tarde que el British Council y es 40 años posterior al Goethe Institut.

En este trabajo se pretende profundizar en todos estos factores económicos que favorecen la difusión de la lengua en general y como se sitúa el español en relación a ellos en el contexto internacional. Siguiendo el método hipotético deductivo, iremos de lo general a lo particular empezando por el desarrollo del marco teórico seguido de un análisis del contexto internacional de las lenguas para detenernos en el análisis de la lengua española y centrarnos en el caso concreto de Río de Janeiro.

Brasil, junto con Estados Unidos, se perfila como uno de los grandes mercados potenciales para la difusión del español. La expansión del español en EEUU se ha desarrollado gracias a la emigración económica llegada desde países latinoamericanos, en su mayoría procedentes de México.

El crecimiento del español en Brasil también está relacionado con razones económicas. En este caso la proximidad geográfica con países hispanohablantes ha dado lugar a acuerdos comerciales. El más importante es MERCOSUR, que se recoge una cláusula lingüística. Esta circunstancia se ha visto reforzada por la fuerte presencia de inversiones de empresas españolas en Brasil. En este contexto fue aprobada en 2005 de la denominada Ley del Español, por la que la oferta de español como lengua extranjera se hace obligatoria en las escuelas de secundaria en todo el país.

Esta decisión lingüística, que ha tenido su origen en una cuestión económica, también tiene efectos sobre las denominadas *industrias del español*. En el caso de Brasil, por ejemplo, se ha incrementado notablemente las importaciones de libros en español, especialmente procedentes de la industria editorial española.

Pero el efecto de estas políticas lingüísticas no se ciñe a la venta de libros o a la contratación de profesores de español. Los estudiantes que se acercan a la lengua y la cultura españolas mejoran sus condiciones laborales en términos de salarios y realizan gastos relacionados con la lengua y la cultura hispánicas en actividades como el turismo en países hispanohablantes, la visita a restaurantes y el consumo de productos gastronómicos, la compra de libros etc.

En España se estima que el peso de las industrias lingüísticas se sitúa en torno al 15% del PIB, que el turismo idiomático aumenta año tras año y que el hecho de compartir la lengua española con otros países tiene un efecto positivo sobre el comercio internacional.

Por tanto la inversión pública en estas políticas genera un retorno en términos económicos que hacen que las cuestiones de la lengua requieran de una visión más amplia que la meramente educativa. Para maximizar las potencialidades conviene conocer el producto, el mercado, los clientes y su comportamiento. Con esta investigación se pretende mejorar este conocimiento y contrastar el modelo con resultados de la realidad tratando de aportar algunos conocimientos y puntos de vista sobre la lengua española que ayuden a complementar lo realizado hasta ahora.

I.2 ENCUADRE DEL TRABAJO

Antes de adentrarnos en el análisis conviene detenerse en una serie de aclaraciones sobre los conceptos utilizados y la obtención de datos.

La primera cuestión que surge en la Economía de la lengua es la dificultad para obtener series de datos temporales y homogéneas. No existe un organismo único que aglutine toda la información por lo que hay que recurrir a entidades de diversa índole que recogen y elaboran la información de acuerdo a sus objetivos particulares. Incluso los organismos oficiales que ofrecen información relativa a las lenguas no coinciden en las cifras. Esta amplia variedad de fuentes, criterios y objetivos genera una falta de consenso en los conceptos utilizados y en las estadísticas que dificulta el análisis comparativo.

Un ejemplo lo encontramos en la definición de *segunda lengua* donde, por un lado tenemos el concepto europeo que entiende esta como la lengua más hablada después de la materna y, por otro, el mundo anglosajón se refiere a la segunda lengua como la aprendida en segundo lugar en orden cronológico. Tampoco hay una definición universal sobre lo que se considera ser hablante de una lengua ni de lo que significan los distintos niveles de dominio lingüístico.

En este trabajo se ha recurrido fundamentalmente a fuentes oficiales de organismos internacionales y a entidades privadas como Ethnologue, que actualmente es considerada la mayor base de datos de series históricas sobre lenguas del mundo.

No existen datos económicos agregados por hablantes de lenguas. El único instrumento disponible es el barómetro de las lenguas de Calvet cuya última actualización de 2012 ofrece algunos datos socioeconómicos muy interesantes para el propósito de esta investigación. No hemos encontrado fuentes de datos sobre el número de estudiantes de lenguas extranjeras.

Otra de las dificultades que surge con frecuencia se relaciona con la agrupación lingüística. Por ejemplo, algunas fuentes se refieren a la comunidad lingüística china en su conjunto y otras desagregan el chino mandarín del resto de lenguas. Lo mismo ocurre con el hindi y el urdu cuyos datos a veces aparecen diferenciados y en otras ocasiones se consideran como una lengua única por su proximidad lingüística.

Por tanto, más que ofrecer cifras exactas, este trabajo busca dar una visión global sobre la posición relativa de las lenguas mayoritarias y sus peculiaridades respecto a las demás. Se trata de conocer la posición del español en el “mercado lingüístico” en cuanto a sus características o número de hablantes así como entender su funcionamiento a través de las “elecciones” realizadas por los individuos que estudian una lengua extranjera y las propuestas de los agentes públicos que deciden qué lengua extranjera se ofrece en sus respectivos sistemas educativos, sin apartarnos de la óptica de la Economía y las políticas de difusión de la lengua española que realizan los países hispanohablantes.

Antes de desarrollar el planteamiento metodológico se fijan los conceptos a partir de los cuáles se ha construido la investigación.

I.2.1 Lengua

La Real Académica de la Lengua Española define *lengua* como “sistema de comunicación verbal y casi siempre escrito, propio de una comunidad humana”.

Una definición lingüística representa la lengua como un sistema de signos doblemente articulados cuya construcción o búsqueda del sentido se hace en dos niveles de articulación. Uno sería el de las entidades significativas morfemas y lexemas (o monemas) que forman los enunciados y el otro el de los fonemas que construyen o forman las unidades significativas.

Este trabajo se centra en la lengua desde la perspectiva económica: como elemento indispensable en las relaciones de intercambio comercial, como institución, como input de determinadas industrias (editorial, musical, prensa), como elemento del capital humano, etc.

I.2.2 Lengua española

El uso del término *español* o *castellano* para referirse a la lengua compartida por los países hispanohablantes no está exento de polémica.

La Constitución¹ española de 1978 establece el castellano como lengua oficial de España, diferenciándola de las demás lenguas españolas oficiales. El artículo 3.1 de la Constitución establece que «*el castellano es la lengua española oficial del Estado*» y el artículo 3.2 dice que «*las demás lenguas españolas serán también oficiales en las respectivas Comunidades Autónomas de acuerdo con sus Estatutos*».

A juicio de la RAE, esta utilización constitucional del término castellano no excluye el uso del término español, recomendado por las Academias² en aquellos contextos en que no se hace referencia a otras lenguas españolas.

La Asociación de Academias de la Lengua Española mediante su Diccionario panhispánico de dudas, que tiene carácter normativo, ha declarado lo siguiente:

Que “para designar la lengua común de España y de muchas naciones de América, y que también se habla como propia en otras partes del mundo, son válidos los términos castellano y español”.

Una vez asentado que ambas formas son válidas, todas las academias de la lengua española, a través del DPD, recomiendan en general el uso del nombre español:

“Aun siendo sinónimo de español, resulta preferible reservar el término *castellano* para referirse al dialecto románico nacido en el Reino de Castilla durante la Edad Media, o al dialecto del español que se habla actualmente en esa región”.

El Diccionario panhispánico de dudas también indica que en España se usa el nombre *castellano* cuando está referido a la lengua común del Estado en relación con las demás lenguas oficiales de cada uno de los territorios autónomos de España (como Cataluña, Galicia y País Vasco).

¹ Artículo 3 de la Constitución Española de 1978:

1. El castellano es la lengua española oficial del Estado. Todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho a usarla.
2. Las demás lenguas españolas serán también oficiales en las respectivas Comunidades Autónomas de acuerdo con sus Estatutos.
3. La riqueza de las distintas modalidades lingüísticas de España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección

² Academias de la lengua española

El criterio seguido en este trabajo ha sido el empleo de manera indistinta de ambos conceptos aunque, generalmente, se ha usado el término “*español*” siguiendo la línea del resto de lenguas internacionales y las indicaciones del Diccionario panhispánico de dudas.

I.2.3 Economía de la lengua

Este es un campo de estudio muy joven del que comienza a aparecer literatura en el decenio de 1960 cuando, desde otras ramas de la literatura económica, empieza a considerarse a la lengua como una variable fundamental para explicar determinados hechos de naturaleza económica. El interés incipiente se vio acompañado por la madurez y el desarrollo de los instrumentos de análisis y la disponibilidad de información económica precisa para este tipo de análisis. En él se estudia la influencia de las variables económicas en la lengua y como las variables lingüísticas inciden en la economía.

I.2.4 Valor económico de la lengua

La lengua tiene una **doble función económica** (Colomer, J. 1996):

1. **Elemento identitario.** Como atributo de identidad que condiciona el estatus económico de los individuos y expresa una identidad cultural y social determinada, la lengua tiene **valor de uso**.
2. **Destreza de comunicación** social y la más antigua tecnología de comunicación social. Como herramienta de comunicativa, la lengua cuenta con un **valor de cambio** en función de los recursos a los que da acceso.

En ambos casos, además del problema de cuantificación y valoración de la lengua, aparece la dificultad de separar las componentes comunicativa e identitaria de la lengua. Por tanto, en este campo de estudio, nos enfrentamos al problema de la diferenciación y relación entre las variables económicas y lingüísticas. Estas variables pueden presentar una relación causa-efecto en doble sentido y, muchas veces, circular. Por un lado, la lengua puede aparecer como condicionante de la economía y, por otro, la economía influye en el desarrollo de las lenguas.

I.2.5 Hablantes de una lengua

Para estimar el peso demográfico y la evolución de las principales lenguas, la primera variable que conviene establecer es el número de potenciales hablantes como indicador más relevante de su valor de uso.

Establecer el número exacto de interlocutores de las lenguas es difícil por diferentes razones:

- Para cada persona existe una lengua principal y eventualmente una o varias segundas lenguas por lo que el número de locutores no coincide con el número de individuos.
- Algunos países tienen lenguas oficiales pero el bilingüismo no es sistemático, por lo que el país no tiene el mismo número de locutores para ambas lenguas.
- Ningún país cuenta con la totalidad de sus habitantes hablando la lengua oficial.
- Todos los ciudadanos originarios de un país no viven en él y no utilizan (o muy poco) la lengua natal.

Una lista de lenguas clasificadas por número de hablantes solo puede realizarse de manera aproximada. Incluso las propuestas por los organismos oficiales presentan divergencias y siempre deben ser utilizadas con precaución.

Conscientes de la limitación se ha acudido a distintas fuentes con el fin de realizar comparaciones que nos acerquen a la realidad. Más que la cifra exacta se busca identificar tendencias y establecer el posicionamiento del español en relación a las variables socioeconómicas relevantes y el resto de grandes lenguas internacionales.

I.2.6 Estudiantes de una lengua

Las personas que aprenden una lengua extranjera pueden hacerlo de manera informal mediante el contacto con hablantes de la misma o también a través de su estudio en alguna institución dedicada a la enseñanza.

El grupo de estudiantes de una lengua extranjera estará compuesto por los que la aprenden en centros docentes reglados y los no reglados. Es decir, los que aprenden en el colegio donde la lengua extranjera forma parte del currículum escolar y los que acuden a un centro

especializado en la enseñanza de lenguas. Estos tipos de formación pueden darse en centros públicos o privados y el conjunto de ellos se caracteriza por la enorme variedad de tipologías y por la dispersión geográfica (incluso *en línea*), lo que dificulta disponer de un número exacto para cuantificar los estudiantes que hay en el mundo de una lengua extranjera dada.

I.2.7 Espacio lingüístico

Analizar el peso económico y demográfico del conjunto de hablantes de una lengua requiere realizar algún tipo de agrupación de los mismos para tratar los datos de los que se dispone. Una forma de agrupación es el denominado espacio lingüístico.

Hablar de espacio lingüístico es una tarea delicada pues no existe una definición precisa del concepto. Para la Fundación de Estudios e Investigaciones sobre el Desarrollo Internacional³, un espacio lingüístico engloba a todo país con más de 500.000 habitantes que satisfaga una de las siguientes condiciones:

- Dimensión *de jure*: que la lengua en cuestión sea considerada oficial
- Dimensión *de facto*: que un porcentaje significativo (20%) de la población hable la lengua considerada, de manera que algunos países pueden estar incluidos en varios espacios simultáneamente.

Siguiendo estos criterios, cuando hablemos del espacio hispanohablante no incluiremos Andorra y Belice. Ambos territorios poseen un porcentaje de población hispanohablante superior al 40%, pero no alcanzan los 500.000 habitantes.

³ Carrère, C. y Masood, M. «*Le poids économique des principaux espaces linguistiques dans le monde*», (2013)[[archive](#)] (Consultado el 30 de septiembre de 2015).

I.3 PROCESO METODOLÓGICO

I.3.1 Hipótesis

Este estudio parte de una hipótesis a demostrar y otras de partida.

La hipótesis a demostrar:

La lengua española tiene un potencial económico por desarrollar pudiéndose considerar como un activo económico a ser impulsado por los países hispanohablantes mediante políticas directas e indirectas.

Entre las hipótesis de partida tenemos:

1. Toda comunidad lingüística tiene interés en aumentar el número de hablantes que la integran.
2. La expansión de una lengua genera beneficios económicos para la comunidad hablante ya que reduce los costes de acceso a un mercado mayor.
3. En la expansión de las lenguas influyen factores espontáneos como la demografía, pero también puede potenciarse mediante políticas que impulsen el interés por la lengua fuera de las fronteras de la comunidad lingüística de origen.
4. La difusión de la lengua favorece el desarrollo de las actividades económicas internacionales de los países que la hablan.
5. La evolución de la economía influye en la imagen de los países y en el interés por el estudio de una lengua fuera de sus fronteras.
6. Existe una serie de actividades económicas vinculadas con la lengua como la industria audiovisual, la editorial, la enseñanza del idioma o el turismo idiomático que tienen un peso importante en la actividad económica del país como generadores de riqueza y empleo.

I.3.2 Objetivos

Los principales objetivos finales e intermedios de este trabajo son los siguientes:

1. Estudiar la interrelación economía-lengua española (intermedio).

2. Analizar el estado de la investigación sobre el valor de la lengua española en el mundo, particularmente en Brasil (intermedio).
3. Identificar el perfil, las motivaciones y el comportamiento de los estudiantes de español en Río de Janeiro (intermedio).
4. Determinar el posicionamiento socioeconómico de la lengua española en relación a las demás grandes lenguas del mundo (final).
5. Profundizar en las potencialidades de la enseñanza de español en Brasil (final).
6. Revisar el modelo y las políticas actuales de difusión de la lengua española (final).
7. Establecer posibles tendencias futuras del español como lengua extranjera (final).

I.3.3 Limitaciones

El objeto de observación de este trabajo es la lengua, un elemento indisociable de las transacciones económicas pero muy poco estudiado desde la óptica de la economía. Esto dificulta el acceso a datos homogéneos y constantes a lo largo del tiempo. Algunas veces contradictorios. Se ha tratado de salvar esta dificultad con la contrastación sistemática de la información, a pesar de lo cual muchas de las cifras que se manejan son aproximadas.

No obstante, estas estimaciones resultan instrumentos útiles para alcanzar los objetivos de este trabajo consistentes en analizar tendencias y realizar comparaciones entre diferentes elementos lingüísticos y económicos.

El trabajo de campo, realizado entre los estudiantes del Instituto Cervantes de Río de Janeiro, solo es válido para este caso y no pueden extrapolarse al resto de centros que componen la red.

I.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta las peculiaridades y objetivos de este trabajo se ha seguido una investigación de método mixto en la que el estudio de un caso concreto se ha ampliado con el análisis documental y estadístico procedente de fuentes primarias y secundarias. En la investigación se han combinado el análisis cualitativo y el cuantitativo, dando prioridad a este último.

Vamos de lo general hacia lo particular de acuerdo con el método hipotético deductivo. Tras el encuadre teórico de la Economía de la lengua, se ha realizado un análisis que, partiendo del contexto internacional de las lenguas, recopila y analiza datos procedentes de fuentes primarias y secundarias para poner de manifiesto la “competencia” internacional entre las lenguas mayoritarias en la labor de alcanzar el máximo número de hablantes en el mundo.

A continuación se han utilizado técnicas cualitativas y cuantitativas recurriendo a fuentes primarias y secundarias para encuadrar la situación general de las lenguas mayoritarias, particularmente del español, conocer su evolución reciente y realizar estimaciones sobre posibles tendencias en un futuro inmediato

La combinación de técnicas ha sido útil en el análisis de la estructura de la lengua española en términos de número y tipología de hablantes, de su actual distribución geográfica en el mundo y de las tendencias expansivas que pueden contribuir a maximizar el número de hablantes futuros.

Finalmente, para adentrarnos en la realidad concreta de las políticas de difusión de la lengua española en la ciudad de Rio de Janeiro, se ha utilizado la metodología del análisis del caso para lo que nos hemos servido de un cuestionario diseñado expresamente para esta investigación combinado con otras técnicas de investigación.

I.4.1 Instrumentos de recogida de información

A lo largo de la Historia de la Ciencia ha existido diversidad de corrientes en el pensamiento. Algunas de ellas están relacionadas con el Estructuralismo, el Materialismo Dialéctico, el Positivismo, el Empirismo o la Fenomenología y han originado diferentes caminos en la

búsqueda del conocimiento. Debido a diferentes premisas que las sustentan, estas corrientes se han polarizado en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación.

Actualmente, ambos enfoques pueden formar parte de un mismo estudio o de una misma aplicación de dicho proceso en lo que se denomina enfoque integrado multimodal. Desde hace algunos años se cree que ambos enfoques utilizados en conjunto enriquecen la investigación. No se excluyen ni se sustituyen, aunque hay quienes se muestran radicales ante alguna de estas posturas⁴.

Debido a las características de este estudio, se ha considerado apropiado el enfoque metodológico mixto en la recogida y análisis de datos.

I.4.2 Fuentes Documentales

a. Análisis bibliográfico

En la primera fase de la investigación se ha realizado una revisión de bibliografía relacionada con el tema de estudio mediante un análisis crítico orientado a describir y enfocar el problema con un triple objetivo:

- **Conocer los antecedentes del tema** de investigación y el estado actual del conocimiento: los hallazgos de investigaciones anteriores o los resultados obtenidos en estudios previos nos ofrecen información de lo que se sabe en la actualidad sobre el tema que nos interesa. Para ello se ha realizado un análisis exhaustivo que ha permitido explorar lo estudiado hasta ahora y los resultados obtenidos.
- **Ubicar la investigación** en el contexto conceptual: se han revisado trabajos para conocer las descripciones teóricas de investigaciones. Se ha realizado un exhaustivo análisis de la bibliográfica relacionada con las teorías de la Economía de la lengua que ha sido determinante para establecer el punto de partida de esta investigación.

⁴ (Patton, Qualitative evaluation and research methods., 1990), (Coser & Hunt, 1994), (Riege, 2003), (Cepeda, 2006)

- **Obtener información** sobre el método de investigación: para conocer los métodos usados en investigaciones similares a la nuestra y la descripción de los instrumentos de medición y análisis estadístico empleadas.

b. Análisis de contenidos

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados y que basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior.

El análisis de contenido se convirtió a finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales adquiriendo una relevancia desconocida hasta ese momento gracias al desarrollo de procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

El análisis de documentos científicos sobre el tema se ha completado con la revisión de legislación, artículos periodísticos y páginas web de los que se han analizados los textos.

I.4.3 Estudio de casos

Esta herramienta es una de las más utilizadas en la metodología de investigación cualitativa, aun cuando los investigadores de corte cuantitativo la cuestionan alegando que sus conclusiones no son generalizables estadísticamente. Sin embargo, la investigación cualitativa, específicamente en el estudio de casos, no representa a una muestra de una población o universo, son casos específicos los que se estudian buscando, con esta metodología de investigación, una generalización analítica y no estadística ampliando y generalizando teorías.

El estudio de casos como metodología de investigación no debe ser confundido con el análisis o estudio de casos como herramienta pedagógica, que busca analizar una realidad o un aspecto en concreto y fomentar la discusión y el debate.

El uso del estudio de casos ofrece importantes resultados e información que no puede ser encontrada por medio de los métodos cuantitativos y que es muy valiosa para la toma de decisiones.

Con el estudio de casos se pretende hallar nuevas evidencias o situaciones de un fenómeno, la diferencia de lo que se está estudiando con su universo, la formulación de nuevas teorías de la realidad social. Se busca encontrar las respuestas a preguntas en un escenario y momento dado, de ahí que no son formulaciones de verdades universales.

Según Castro, E.⁵ (2010) es importante destacar que la metodología del estudio de casos no es sinónimo de investigación cualitativa, ya que los estudios de casos pueden basarse en cualquier combinación de evidencias cuantitativas y cualitativas (Ghuri et al., 1995)⁶, incluso, pueden apoyarse solo en evidencias cuantitativas y no tienen que incluir siempre observaciones directas y detalladas como fuente de información. Por su parte, Larsson (1993)⁷ señala que nada impide que se apliquen técnicas estadísticas u otros métodos cuantitativos, como cuando se quiere descubrir ciertos patrones en los datos existentes. Bryman (1984)⁸, aceptando los principios de fiabilidad y validez de la investigación, considera que los casos no se oponen sino que complementan la metodología cuantitativa.

Es así como los estudios de casos pueden incluir análisis de documentos, entrevistas, cuestionarios, datos económicos, encuestas y observaciones del comportamiento, integrando información con el objetivo de comprender, en la medida de lo posible, el fenómeno que se está sometiendo a estudio (Meredith, 1998)⁹.

En este mismo sentido, Hartley (1994)¹⁰ da a conocer que un estudio de casos no se define por las técnicas utilizadas sino por su orientación teórica y el énfasis en la comprensión de procesos dentro de sus contextos.

⁵ Castro Monge, E. "El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas". Revista Nacional de administración, 1 (2): 31-54 julio-diciembre, 2010. Costa Rica.

⁶ Ghauri, P., Gronhaug, K. & Kristianslund, I. (1995). Research methods in business studies: a practical guide. Prentice Hall, Nueva York

⁷ Larsson, R. (1993). Case Survey Methodology: Qualitative Analysis of Patterns across Case Studies. Academy of Management Journal, 36, 1515-1546

⁸ Bryman, A. (1984). The debate about quantitative and qualitative research: a question of method or epistemology. The British Journal of Sociology, 35, 75-92.

⁹ Meredith, J. (1998). Building operations management theory through case and field research. Journal of Operations Management, 16, 441-454

¹⁰ Hartley, J. (1994). Case studies in organizational research, en CASELL, C. y SYMON, G. (Eds.). Qualitative methods in organizational research. Londres, Sage Publications, 208-229

Según Yin (2010)¹¹, los estudios en los cuales los investigadores utilizan más de un método se denominan investigaciones de métodos mixtos. Para el autor una investigación que utiliza método mixto permite abordar cuestiones de investigación más complicadas y recogen series más ricas y consistentes de lo que puede ofrecer un método único. El autor recomienda al investigador considerar siempre la posibilidad de combinar el estudio del caso con otros métodos.

No obstante, es cierto que la complejidad del estudio de los fenómenos sociales requiere de diferentes planteamientos y métodos específicos para su análisis y es más frecuente que éstos se centren, preferentemente, en sus características cualitativas, especialmente cuando el propósito es comprender e interpretar los sucesos en su globalidad (Stake, 1995)¹².

Para Smith y Zeithaml (1999)¹³ el método de estudio de casos se ajusta muy bien a los objetivos de generar nuevos elementos en la investigación que se realiza y es un método recomendado porque posibilita al investigador ser sensible al carácter longitudinal del caso, a estudiarlo como un proceso de desarrollo a través del tiempo.

Algunos autores consideran que los estudios de casos son una forma de investigación que no puede utilizarse para contrastar proposiciones. Se debe defender, por un lado, que los estudios de casos pueden servir para objetivos exploratorios, descriptivos o explicativos y que pueden contribuir positivamente a la construcción y desarrollo de perspectivas teóricas rigurosas en torno a las organizaciones (Bonache, 1999)¹⁴.

Para esta investigación se ha considerado adecuado el método del caso. Chizzoti (2011)¹⁵ afirma que este método de investigación busca alcanzar un conocimiento más amplio sobre el objeto de estudio, disipando dudas, aclarando cuestiones pertinentes y sobre todo generando acciones posteriores. De hecho con esta investigación se pretende conocer más de cerca la realidad de la enseñanza del español en el mundo y el modelo institucional empleado con el objeto de realizar propuestas de mejora a través del caso de Río de Janeiro.

¹¹ YIN, R. K. Estudio de caso: planejamento e métodos. Tradução Ana Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

¹² Stake, R. (1995): *The art of case study research*. London, Sage Publications

¹³ Smith, A. & Zeithaml, C. (1999): The Intervening Hand: Contemporary Intenational Expansion Process of the Regional Bell Operating Companies. *Journal of Management Inquiry*, 8, 34-64

¹⁴ Bonache, J. (1999). El estudio de casos como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 3, 123-140.

¹⁵ Chizzoti, A. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011

Este trabajo constituye una investigación mixta en la que se utilizan simultáneamente varios métodos: análisis documental, análisis estadístico y cuestionario. De este modo, el estudio del caso se considera viable para esta investigación pues, además de observar y analizar la cuestión particular aporta información para medidas prácticas y políticas como las que se pretende sugerir con esta investigación.

I.4.4 Consulta de fuentes estadísticas

Se ha recurrido a varias fuentes estadísticas en función de la naturaleza de la información requerida. Para completar el análisis ha sido preciso combinar datos sociodemográficos, lingüísticos y económicos a diferentes escalas.

Se ha mantenido el principio de usar fuentes oficiales de organismos nacionales e internacionales. En concreto se han consultado los institutos oficiales de estadísticas de varios países como la oficina del Censo de los Estados Unidos o el Instituto Brasileiro de Pesquisas e Estadísticas y bases de datos internacionales como EUROSTAT, la OCDE o la ONU, entre otros.

Los datos que se ofrecen generalmente no se encuentran agregados por lenguas por lo que en muchos casos se ha recurrido a su tratamiento como medio de obtener la información relevante para nuestro análisis. Ha sido muy frecuente realizar agrupaciones de países para disponer de información económica de los espacios lingüísticos ya que la información no es ofrecida en este formato. También ha sido habitual el uso ratios para realizar comparaciones.

I.4.5 Trabajo de campo. El cuestionario

a) El universo objeto de estudio

El planteamiento inicial del cuestionario incluía a los estudiantes de las instituciones oficiales de la ciudad de Río dedicadas a la enseñanza de lenguas extranjeras. Sin embargo, debido a la dificultad de acceso a la base de datos de alumnos y a la obtención de permisos para realizar el cuestionario, se decidió centrar el estudio en los estudiantes del Instituto Cervantes.

Esta eventual dificultad no ha representado un obstáculo para conocer el caso objeto de estudio, aunque sí supone una limitación a la hora de realizar comparaciones con otros modelos de enseñanza de lenguas.

b) Tamaño de la muestra

Resultado de lo anterior, resultó un número de 600 estudiantes a partir de los cuales se obtendrá la muestra.

c) Varianza poblacional

En el análisis de la varianza poblacional como medida de dispersión, y dado de que no disponíamos de estudios piloto para conocerla, partimos del supuesto de que P y $(1-P)$ son iguales -0.50, 0.50- lo que nos exigió un mayor tamaño de la muestra para garantizar no equivocarnos en el tamaño muestral.

d) El nivel de confianza

Los intervalos de confianza se entienden como acotaciones de la función de densidad en las cuales existe determinada probabilidad de que se encuentre el valor poblacional que se pretende estimar.

Para la construcción de estos intervalos se partió de la distribución normal, distribución de Gauss, al ser la distribución que más se repite en las investigaciones que llevan a cabo los científicos sociales (García, 2007). En una distribución de este tipo se pueden acotar multitud de intervalos. En nuestro caso se tuvo en cuenta los valores de la distribución normal comprendidos entre -2 sigmas y +2 sigmas. A partir de este intervalo, el nivel de confianza interpretado en el sentido de que la probabilidad de la estimación efectuada se ajustara a la realidad era del 90 %. En nuestro estudio se fijó a priori una precisión del 10 %.

e) Tipo de muestreo

Para la selección de la muestra se pueden utilizar distintos métodos o combinaciones de métodos. Los más usuales son los siguientes:

- Muestreo aleatorio simple.
- Muestreo aleatorio sistemático.
- Muestreo aleatorio estratificado.
- Muestreo por conglomerados.
- Muestreos no aleatorios.

En los muestreos, aleatorio simple y aleatorio sistemático todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de pertenecer a la muestra. Esto, como se ha dicho, plantea grandes problemas cuando se trata de universos grandes, bien por falta del adecuado conocimiento del marco o bien por las dificultades prácticas que conlleva este tipo de muestreos. En nuestro contexto nos encontramos con un universo pequeño por lo que se decidió realizar este tipo de muestreo.

f) Fiabilidad del cuestionario: Test-pretest y fiabilidad interna

Una vez diseñado el test se realizó una prueba diagnóstica para comprobar su correcto funcionamiento, la comprensión de las preguntas y la coherencia de la información obtenida. Para su difusión se ha utilizado la herramienta *en línea* de Google Drive enviando el enlace a la base de datos de alumnos del Instituto Cervantes de Rio de Janeiro.

g) Estructura del cuestionario

El cuestionario se divide en los siguientes bloques:

1. Perfil del encuestado
2. Conocimientos de idiomas, forma de adquisición y valoración del impacto de cada uno de ellos en el desarrollo profesional
3. Conocimientos específicos del español
4. Valoración de diversos aspectos del mundo hispánico relacionados con la imagen proyectada, la cultura, la economía, el poder blando, etc.
5. Turismo idiomático: si el encuestado viajó o tiene previsto viajar a algún país hispanohablante y su perfil como turista: forma de viaje, gasto diario, etc.
6. Consumo de actividades ligadas a la lengua y cultura hispánicas

Las encuestas se realizaron durante los meses de mayo y junio de 2015 entre alumnos del Instituto Cervantes de Río de Janeiro y, en total, se han recogido 130 encuestas.

Para la selección de los encuestados se ha realizado una muestra aleatoria simple, enviando el cuestionario por correo electrónico a las bases de datos de alumnos del Instituto Cervantes de Río de Janeiro.

II. MARCO TEÓRICO

II.1 CUESTIONES DE PARTIDA

II.1.1 El concepto

Los economistas, desde los comienzos, han manifestado interés por el campo de las lenguas. Adam Smith ya reflexionó sobre la naturaleza y la estructura del lenguaje en 1776 al inicio de su "Riqueza de las Naciones"¹⁶ al interrogarse sobre «el principio que motiva la división del trabajo». Para él es la consecuencia de «la propensión a negociar, cambiar o permutar una cosa por otra»; una propensión que, a su vez, «como parece más probable, es una consecuencia de la razón del hombre, de su discurso y de facultad de hablar». La lengua, por tanto, sería lo que distingue al ser humano del resto de las criaturas y le permite cooperar, comerciar y, a partir de ahí, especializarse¹⁷.

Adam Smith también se preguntó sobre el lenguaje, en su Ensayo sobre la Formación de Idiomas. Según Dascal (nd)¹⁸, Smith debió considerar el tema importante, pues lo incluyó como apéndice de su Teoría de los Sentimientos Morales.

Esta perspectiva podría marcar el comienzo de una línea de investigación de lo que más tarde se convirtió en la "Economía de la lengua" y, sin embargo, la Economía de la lengua se ha mantenido durante mucho tiempo en una esfera más bien periférica de la especialización económica.

Este es un campo de estudio muy joven del que empieza a aparecer literatura en el decenio de 1960 cuando, desde otras ramas de la literatura económica, empieza a considerarse la lengua como una variable fundamental para explicar determinados hechos de naturaleza económica. Este interés incipiente se vio acompañado por la madurez y el desarrollo de los instrumentos de análisis y la disponibilidad de información económica precisa para este tipo de análisis.

El primer trabajo directamente relacionado con la Economía de la lengua, es un breve artículo de Jacob Marschak (1965), publicado en la revista Behavioral Science, en el que el autor

¹⁶ Smith A. (1794). Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. Viuda e hijos de Santander.

¹⁷ Juan Carlos Jiménez, 2006: La Economía de la lengua: una visión de conjunto. Fundación Telefónica

¹⁸ Dascal, Marcelo, n.d.: Adam Smith's Theory of Language

abogaba por una futura Economía del «más desarrollado sistema de comunicaciones entre las organizaciones humanas: la lengua, oral o escrita»¹⁹.

La lengua tiene una **función económica** desde un doble Angulo (Colomer, J. 1996):

1. Como elemento indentitario, es decir, como atributo de identidad que condiciona el estatus económico de los individuos y como expresión de una identidad cultural y social determinada, la lengua tiene **valor de uso**.
2. Como **destreza de comunicación** social y la más antigua tecnología de comunicación social. La lengua cuenta con un **valor de cambio** en función de los recursos a los que da acceso como herramienta de comunicación.

En ambos casos, además del problema de cuantificación y valoración, aparece la dificultad de separar las componentes comunicativa e identitaria de la lengua por lo que, en este campo de estudio, nos enfrentamos al problema de la diferenciación y relación entre las variables económicas y lingüísticas. Estas variables pueden presentar una relación causa-efecto en doble sentido y muchas veces circular.

Por un lado, la lengua puede aparecer como condicionante de la economía y, por otro, la economía puede condicionar la lengua. Este doble flujo de influencia entre las variables lingüísticas y económicas ha tenido cierto reflejo, con todos los matices, en las “tradiciones” de investigación y estudio de estos temas.

Así, la interpretación del comportamiento de algunas variables económicas a partir de otras relacionadas con la lengua forma parte de la tradición americana (canadiense y estadounidense) y la explicación de ciertos procesos lingüísticos como el bilingüismo a partir de variables económicas surge con más frecuencia dentro de la tradición europea.

Una de las aportaciones considerada como original y bien fundada de la definición de Economía de la lengua fue la que en sus orígenes realizó Jacob Marschak, fundador y presidente de la Econometric Society. Este autor proponía como centro de atención la supervivencia de las lenguas en función de su eficiencia, entendida esta como la habilidad para transmitir la máxima información en el menor tiempo posible.

¹⁹ Marschak, J. (1965). Economics of language. *Behavioral Science*, 10, 135-140

Su enfoque solo ha sido seguido por unos pocos especialistas y la mayoría de ellos se ha inclinado por el análisis de dos temas principales:

- Las relaciones de la lengua hacia la economía y su papel explicativo sobre ciertas variables económicas (diferencias salariales entre grupos sociales, en el comercio entre países, etc.).
- La evaluación de las políticas lingüísticas.

Según Juan Carlos Jiménez (2006) la literatura relacionada con la Economía de la lengua puede caracterizarse como:

- **Dispersa**, con distintos focos de atención enlazados por la conexión entre algunos procesos lingüísticos y ciertas variables económicas.
- **Fronteriza** en relación con los enfoques de la corriente central de la ciencia económica.
- **Mestiza**, esto es multi e interdisciplinar atravesada por diversas influencias que van, entre otras, de la Sociología a la Lingüística pasando por la Antropología o la ciencia Política, comúnmente desde la Teoría de la elección racional.

Esta literatura joven está aún haciéndose y presenta un interés académico creciente a medida que los elementos intangibles de la realidad -la lengua es uno fundamental- cobran protagonismo en la actividad económica y en la explicación del crecimiento económico de la mano de las teorías endógenas.

El auge de las tecnologías de la información y comunicación juega un papel importante para potenciar el valor de la lengua como software que sirve de vehículo a la tecnología social y es generadora de unas externalidades de red que multiplican los efectos positivos de su uso y extensión.

Para Jiménez (2006) la Economía de la lengua resulta, más que un cuerpo compacto de doctrina articulado en torno de la corriente central del análisis económico moderno, un mosaico de estudios aplicados sobre cuestiones en las que la lengua aparece como como variable relevante en la explicación de ciertos hechos de naturaleza económica.

En este contexto ¿qué podemos entender como “Economía de la lengua”?

En línea con Jacob Viner (1892- 1970), quien describe la economía como "lo que los economistas hacen" (citado por Becker, 1976), Vaillancourt (1985) define implícitamente la Economía de la lengua como *"el conjunto de los textos escritos por los economistas sobre cuestiones lingüísticas"*.

François Grin, en uno de sus múltiples trabajos, ofrece una definición concisa que puede ser útil para enfocar las ideas:

«La Economía de la lengua, como campo de investigación, se centra principalmente en el análisis, teórico y empírico, de las vías a través de las cuales las variables lingüísticas y económicas se influyen mutuamente, habitualmente dentro de los esquemas de la Economía ortodoxa (o neoclásica)» (Grin, 2001).

El propio Grin, establece una definición más reciente usada por él mismo, en línea con la anterior: *"la Economía de la lengua se refiere al paradigma de la corriente principal de la Economía Teórica que utiliza los conceptos y herramientas de la Economía en el estudio de las relaciones que ofrecen las variables lingüísticas. Se centra principalmente, aunque no exclusivamente, en aquellas relaciones en las que las variables económicas también juegan su papel"* (Grin, 2014).

Estima que, después de cinco décadas, la aportación científica enmarcada en el campo de la Economía de la lengua recoge una producción aproximada de unos 360 estudios, trabajos y publicaciones. Esto sería cuatro veces superior a lo existente en 1992 cuando realizó su anterior recopilación de trabajos de Economía de la lengua.

Considera que, incluso tomando su estimación de publicaciones actuales con precaución, el crecimiento de la literatura publicada desde 1990 ha sido considerable, con un promedio de más de una docena de artículos al año.

Este crecimiento, según él, es aún más notable si tenemos en cuenta que, a diferencia de otras especializaciones (como la economía de la educación, la salud, el medio ambiente, o incluso la cultura), la Economía de la lengua nunca ha recibido el apoyo de las instituciones académicas ni se tiene constancia de la existencia de ninguna cátedra universitaria en todo el mundo (por no hablar de un instituto o departamento) dedicado a la Economía de la lengua.

Hasta inicios de la década de 1990 la producción de trabajos científicos en el campo de la Economía de la lengua puede ser calificada de poco densa. En la segunda mitad de esta década se produce un auge en este tipo de estudios que según François Grin puede deberse, entre otros, al progreso técnico de las telecomunicaciones y la disminución asociada del coste de comunicación con cualquier rincón del mundo, al entender que la emigración ya no tiene el sentido de la irreversibilidad y desconexión con su lengua y cultura originales.

Por otro lado, los procesos de “globalización” y la reducción de barreras al comercio empezaron a tener un doble efecto sobre el idioma. Por un lado se ha acelerado la difusión de una “lengua de comunicación más amplia” (inglés) y por otro, el aumento de la frecuencia de los encuentros interpersonales a través de diversos medios ha traído una ubicuidad de la diversidad lingüística humana sin precedentes anteriores.

Estos cambios propiciaron un aumento en la diversidad subjetiva, es decir, la diversidad que experimentamos como actores sociales, políticos y económicos (Grin, 2003).

Para Attali, J. (2014) en el mundo *postglobalizado* las fronteras nacionales se borran progresivamente y se imponen otros criterios de pertenencia identitaria: La lengua y la cultura constituyen la nueva geografía virtual.

Estos cambios, ya identificados en los estudios de especialistas²⁰, comenzaron a recibir un reconocimiento más amplio y más explícito al final de la década de 1990. Desde entonces se ha mantenido el crecimiento de la Economía de la lengua. En este periodo, los temas de estudio también empezaron a diversificarse en diferentes direcciones²¹:

- Desarrollo continuado de estudios en Estados Unidos sobre el papel de la etnia y el dominio de inglés en los ingresos (Chiswick y Miller, 1995);
- Aparición de algunos trabajos (utilizando el enfoque de Becker de función de producción de los hogares) sobre el modelo económico del uso del lenguaje por los bilingües, en las versiones estáticas y dinámicas (Grin, 1992);
- Surgimiento de un renovado interés en realizar esfuerzos prácticos de promoción de la lengua minoritaria, incluyendo sus posibles vínculos con la economía regional (Cinnéide y Keane, 1988);

²⁰ Fishman, J. A., 1989. Language and ethnicity in minority sociolinguistic perspective. Clevedon, England Philadelphia.

²¹ Grin, François, 2014. 50 years of economics in language policy. Critical assessment and priorities Université de Genève.

- Al mismo tiempo, se produce una aproximación entre el enfoque de la elección racional y la política lingüística (Pool, 1991) que ponía de manifiesto el carácter común de algunos temas a través de una amplia gama de aportaciones.

Por lo tanto, los nuevos avances de la investigación que han contribuido a una visión más amplia de la Economía de la lengua, también invitan a la reflexión sobre la propia definición del término.

El campo de la Economía de la lengua se puede conceptualizar como un conjunto de relaciones entre variables lingüísticas $\{L\}$, económicas $\{E\}$ y otras $\{X\}$ que se pueden enmarcar en tres grupos de relaciones (Grin, 1996) a las que pertenecen la mayoría de las contribuciones de la especialidad:

$\{L\} \rightarrow \{E\}$ contribuciones que analizan el efecto de la Lingüística sobre las variables económicas

$\{E\} \rightarrow \{L\}$ contribuciones centradas en el efecto de la Economía sobre la Lingüística

$\{X\} \rightarrow \{L\}$ contribuciones que utilizan la Economía como marco analítico para el estudio de las variables lingüísticas

F Grin, (2014) clasifica la literatura del campo de la Economía de la lengua en tres categorías:

- Encuestas
- Perspectivas económicas sobre el corpus idioma
- Análisis del estado de la lengua enfocado en la explicación económica de las variables o en la investigación de la influencia de los procesos económicos sobre las variables lingüísticas.

Y establece dos grupos de trabajos distinguiendo entre:

$\{L\} \rightarrow \{E\}$

- Descubrir procesos no regulados, centrados en el comportamiento de los agentes
- Consecuencias económicas de las políticas lingüísticas

$\{E\} \rightarrow \{L\}$

- Papel de variables económicas en la determinación del valor de las variables lingüísticas
- Efectos lingüísticos de la regulación a través de la política lingüística y planificación

II.1.2 La interdisciplinariedad

Una de las principales características de la Economía de la lengua es la multidisciplinariedad que se pone de manifiesto a través de una doble vertiente. Por un lado la Economía de la lengua se beneficia de otras disciplinas y, por otro, la Lingüística también puede beneficiarse de las aportaciones del campo de la Economía.

Según F. Grin (2014), una de las razones que hace estimulante la Economía de la lengua es la constante interacción con otras disciplinas. Sugiere que tiene mucho que ganar de la interdisciplinariedad la cual representa una condición en auge dentro de la disciplina. Esta afirmación tiene que ver con su objeto de estudio: el idioma o idiomas.

Es cierto que recientes desarrollos en diversas ramas de la economía se caracterizan por un aumento de la cooperación con la psicología, las neurociencias y la apertura hacia interesantes novedades en economía conductual. Importar conocimientos de otras disciplinas es siempre positivo. Sin embargo, lo que es un enriquecimiento en algunas especializaciones es casi una necesidad en la Economía de la lengua ya que "el lenguaje", como objeto de estudio, no se presta fácilmente a las exigencias de la modelización.

En el desarrollo de cualquier análisis de Economía de la lengua nos enfrentamos a dos problemas fundamentales:

En primer lugar, la definición del objeto ¿qué es lo que entendemos por "lenguaje"?

Los economistas no tienen que llegar a una nueva definición de la lengua - la pueden tomar de los lingüistas-, sin embargo, tienen que ser conscientes de que las definiciones no son únicas y pueden ser impugnadas (véase, por ejemplo, Crystal, 1987).

Este primer problema se puede generalizar a otras facetas del estudio de la lengua. Los niveles de análisis no incluyen solo la dimensión estrictamente lingüística, sino también lo antropológico, lo cultural, lo social, lo político, lo económico y se sitúa en las coordenadas del espacio (Geografía) y el tiempo (Historia).

Por consiguiente, al realizar cualquier enunciado sobre el lenguaje nos enfrentamos a al riesgo significativo de omitir una dimensión relevante. Esto se convierte en un problema si la omisión nos lleva por el camino de un análisis erróneo. De hecho, el problema no es completamente diferente de uno ya familiar para los economistas, a saber, el de variables no observadas, cuyo descuido puede llevar al analista a identificar correlaciones que de hecho son falsas.

La simplificación es una parte legítima de cualquier esfuerzo científico y no toda la complejidad es pertinente o relevante para cualquier investigación. Es más, puede llevar a soluciones indeterminadas de infinitas respuestas. La idea general de que el mundo real es complejo y que esta complejidad no siempre se puede suponer está bien establecida en Economía.

En la Economía de la lengua, el conocimiento conceptual y empírico necesario para no realizar análisis "al margen de" los aspectos relevantes del problema proviene de fuera de la Economía. Ignorar este principio puede exponer al analista a la irrelevancia.

En segundo lugar, incluso si tenemos una definición equilibrada de la lengua, es decir, una que es lo suficientemente profunda como para ser relevante y suficientemente sintética para ser manejable, su puesta en marcha plantea problemas enormes que se pueden presentar en dos niveles²²:

- El primero es la **cuantificación**. Si vamos a modelar un proceso que involucra al lenguaje (ya sea en la perspectiva de un $\{L\} \rightarrow \{E\}$, $\{E\} \rightarrow \{L\}$ o $\{X\} \rightarrow \{L\}$) tenemos que dar al "lenguaje" la forma de una variable que puede ser proyectada en una escala cuantitativa.

Esta proyección puede ser cardinal (por ejemplo: los hablantes nativos de X constituyen $g_x\%$ de la población, mientras que los hablantes nativos de Y forman $g_y\%$) u ordinal (por ejemplo, diversos idiomas se enseñan como asignaturas del plan de estudios de las escuelas públicas en un orden dado durante los años escolares sucesivos y la enseñanza de la lengua R comienza antes de que la enseñanza de la lengua S). A veces es suficiente para operar con una variable dicotómica sencilla (por ejemplo, el lenguaje Z es o no requerido en la legislación sobre el etiquetado de los productos y, en consecuencia, Z está o no presente en cajas, envoltorios y similares). Pero en cualquier caso, tenemos que ser capaces de decir si hay "más" o "menos"

²² Grin (2014)

de una variable relacionada con el lenguaje o, al menos, si hay "presencia" o "ausencia". Esto es más fácil decirlo que hacerlo y la aplicación a menudo requiere simplificaciones insatisfactorias. Por ejemplo, la afirmación de que la adopción de un lenguaje de empresa (por ejemplo, inglés) en una multinacional se traducirá en que el "inglés está siendo utilizado" en sus operaciones internas. Esta afirmación oscurece la realidad, conocida por los sociolingüistas, de que las prácticas de comunicación reales siguen siendo altamente multilingües con un constante cambio de código. Solo lo que se escribe en el entorno formal de comunicación es lo que realmente se reagra en torno inglés.

- El segundo es la necesidad de **unidades razonables** de medida de las variables seleccionadas, y estas son sorprendentemente difíciles de encontrar. ¿Qué significa, por ejemplo, ser "bilingüe"? Los especialistas pueden adherirse u oponerse radicalmente a distintos puntos de vista, que van desde una definición muy exigente de "nivel similar al de nativo en dos lenguas" (Leonard Bloomfield, 1.887-1.949); preferir las definiciones laxas como la mera presencia de algunas habilidades de un segundo idioma (John Macnamara, 1929-1996) (Hamers y Blanc, 2000) o, también, pueden inclinarse por aquellas que recurren a una noción "funcional" del bilingüismo (es decir, una persona es bilingüe si puede funcionar adecuadamente en dos idiomas, teniendo en cuenta sus objetivos).

La medición de muchos conceptos básicos, que son de vital importancia para una amplia gama de análisis (como el nivel de una persona con conocimientos en un idioma o la identificación de una "comunidad lingüística"), plantea problemas de definición y metodológicos.

Para algunas cuestiones de la Economía de la lengua no resulta demasiado difícil encontrar un equilibrio aceptable entre la complejidad realista y la simplificación sintética. Por ejemplo, existen abundantes publicaciones sobre las tasas de retorno de las competencias lingüísticas extranjeras y, aun así, existen múltiples cuestiones por esclarecer. La precaución, por tanto, es indispensable en la Economía de la lengua y esto requiere que los trabajos de investigación tengan en cuenta lo que otras disciplinas tienen que decir.

En este punto es esencial referirnos a la Política lingüística, a la que la Economía de la lengua puede ofrecer las variables cuantificables y cuantificadas que precisan la planificación y la aplicación de políticas lingüísticas (LPP) y proporcionarle una herramienta de verificación de la realidad, que el conocimiento de otras disciplinas ayuda a administrar. Se requiere, por tanto,

el establecimiento de conexiones o puentes entre las distintas tradiciones disciplinares y la colaboración con diferentes organismos de investigación.

Casi cualquier problema de política lingüística del mundo real puede servir para ilustrar este hecho. Considérese, por ejemplo, hasta qué punto el inglés debe ser utilizado en la enseñanza en las universidades financiadas con fondos públicos en los países que no hablan inglés como sucede frecuentemente en Dinamarca o Países Bajos. En la medida en que podamos poner en práctica esta variable en términos del porcentaje de conferencias impartidas en inglés, por ejemplo, en las universidades españolas, ¿cuáles serían los determinantes relevantes del porcentaje óptimo?

Es más, ¿tiene sentido buscar un nivel óptimo en general? Obviamente, el manejo adecuado del problema requiere la movilización de los conceptos de análisis y conocimiento empírico desarrollado en la Sociolingüística, la Ciencia política, la Historia y la Sociología²³.

La otra cara de la interdisciplinariedad es la influencia de la Economía de la lengua en las disciplinas lingüísticas. Para explorarla, los investigadores tratan de dar respuesta a dos preguntas:

1. ¿las disciplinas del lenguaje necesitan de una perspectiva económica?
2. ¿se beneficia LPP²⁴ de contribuciones de los economistas?

La respuesta a ambas preguntas es un inequívoco "sí"²⁵, pues la Economía puede contribuir favorablemente de muchas maneras. A nivel general, estas aportaciones están relacionadas con los conocimientos por parte de los economistas en torno a dos aspectos:

1. La relevancia intrínseca de las variables y los procesos económicos de la mayoría de los aspectos de la experiencia humana, de acuerdo con Becker (1976), es aplicable a todos ellos, la lengua incluida.

²³ La Conferencia Permanente de Rectores de Universidades de Alemania (Deutsche Hochschulrektorenkonferenz) 15 aborda este punto, en términos generales, en una "Recomendación", publicado en noviembre de 2011. Véase Empfehlung zur Sprachenpolitik un Hochschulen Deutschen, <http://www.hrk.de/en/posicion/Gesamtliste-beschluesse/posicion/convenciones/empfehlung-sprachenpolitik-an-deutschen-Hochschulen/>.

²⁴ Políticas de Planificación Lingüística

²⁵ (Grin F. , 50 years of economics in language policy, 2015)

2. El enfoque fundamentalmente económico del análisis de la política es relevante en la toma de decisiones en la LPP como lo es en otras políticas públicas de áreas como la salud, el transporte o el medio ambiente²⁶.

Muchas cuestiones relacionadas con los idiomas, a menudo con consecuencias políticas directas, son más conocidos, ya sea de manera teórica o empírica, gracias a la entrada de los economistas.

Veamos algunos ejemplos:

- Los **costes de comunicación** entre los empresarios y los empleados pueden ser suficientes para explicar la persistencia de diferenciales de ingresos entre los trabajadores con diferentes atributos lingüísticos (Lang, 1986);
- La explicación de los patrones de aprendizaje de idiomas se puede combinar de manera útil con la información sobre la distribución de las habilidades lingüísticas innatas y los costes monetarios de aprendizaje de idiomas (Selten y Pool, 1997);
- El "bilingüismo" de un sistema educativo genera costes comparativamente modestos, en torno del 3%-4% del gasto educativo (Patrinos y Vélez, 1996);
- El principio aplicado por los dos últimos autores se generaliza en una regla práctica, ampliamente aplicable para la estimación del coste real (marginal) de la prestación de servicios en una lengua minoritaria cuando no existe previamente (Vaillancourt y Coche, 2009);
- La diversidad lingüística en una economía en desarrollo, a menudo es considerada como un freno (bajo el pretexto de la "fragmentación" del espacio económico). Pero para tasas bajas de crecimiento del PIB, esta diversidad parece no tener ningún efecto, o incluso uno positivo, a nivel local (Arcand y Grin, 2013).

Aunque no todos estos hallazgos son muy conocidos por los especialistas del lenguaje o en LPP, existe una creciente conciencia de la existencia y la pertinencia de la perspectiva económica en las cuestiones lingüísticas.

²⁶ Una vez más, podría añadirse la justificación meta-nivel invocando el hábito metodológico de los economistas, en particular, su tendencia a desarrollar modelos formales. Como el sociólogo Brown (1977) escribió una vez: "un modelo científico es una metáfora cuyas implicaciones han sido deletreadas". Dicho de otra manera, la propia tarea de modelización obliga al analista a ser muy explícito sobre las relaciones a través de las cuales se supone que las variables de su modelo están conectadas. El punto débil de la Economía tiene que ver con la dificultad de especificación de estas variables y sus relaciones. La modelización, por lo general, proporciona una buena comprobación de coherencia interna (Pool, 1991). Sin embargo, el rigor metodológico, por supuesto, no es patrimonio exclusivo de la Economía.

En el área del lenguaje, sin embargo, la relevancia de la perspectiva económica presenta un giro adicional, que tiene que ver con la forma en que algunos sociolingüistas han tratado de integrar el conocimiento económico en su trabajo. A veces se dan analogías engañosas que, podría decirse, descansan en una interpretación errónea de los conceptos y / o la terminología de la Economía.

Una de esas analogías se basa en el paralelismo entre "lenguaje" y "moneda", que sostiene que se parecen entre sí porque las palabras se intercambian, "al igual que" las monedas se pueden negociar entre sí. Ajeno al hecho de que la naturaleza del "intercambio" es completamente diferente. El "intercambio" de palabras y frases en la conversación, por ejemplo, no presupone - como sería el caso para el mercado intercambio - una valoración convergente de lo que se intercambia.

Algunos sociolingüistas van más allá al afirmar que los tipos de cambio y la difusión del lenguaje están correlacionados: un lenguaje de amplia comunicación, como el inglés, se dice que es "convertible" al igual que el dólar estadounidense se puede negociar contra otra moneda, mientras que otras monedas nacionales supuestamente no son (o menos fácilmente) convertibles, lo que reflejaría la condición superior de la lengua asociada con el país que utiliza la moneda en expansión. Este argumento (en la que la convertibilidad en su sentido monetario es dudosa), no deja claro si la disminución a largo plazo del valor externo de una moneda como el dólar (o la libra británica) daría lugar a que el idioma inglés pierda su estatus internacional dominante, o si la prosperidad de una economía como la noruega daría lugar a una carrera para aprender noruego.

La Economía básica puede ayudar a los sociolingüistas a evaluar estas analogías con la cautela necesaria y puede contribuir a dar un contenido más preciso a las proposiciones encontradas en algunos capítulos de la literatura sociolingüística sobre procesos económicos, ya sea como causa o como consecuencia, en la cuenta de aprendizaje de idiomas, de habilidades o de uso. Mientras que los procesos económicos aludidos son potencialmente relevantes, las variables económicas, si se mencionan, están pintadas con un pincel muy amplio. Veamos algunos ejemplos para ilustrar la influencia positiva de la Economía en el área de la lingüística:

- a) El crecimiento y aumento del interés en la relación entre habilidades de lenguaje y uso de la lengua, por un lado, y los procesos económicos, por otro, se ha reflejado en una serie de preguntas cualitativas y encuestas cuantitativas (revisado en Grin, Sfredo y

Vaillancourt, 2010). Estos cuestionarios se elaboran (y los datos son recogidos) con fines esencialmente descriptivos y con una perspectiva analítica. Por lo general se basan en poco más que una lógica de correlación: por ejemplo, a mayor grado de apertura de cualquier empresa a los mercados internacionales (por lo general en términos de ventas) se supone que se requieren más conocimientos de lenguas extranjeras o una mayor frecuencia de uso de las lenguas extranjeras por parte del personal. No se suelen realizar intentos de conectar el efecto de mejores habilidades lingüísticas con algún tipo de resultado económico, como podría ser mostrado por alguna medida económica de rendimiento. La perspectiva económica convencional puede servir para ir más allá de la noción, más bien general, de que las competencias lingüísticas (o uso de la lengua) en el trabajo deben tener algún tipo de causas y consecuencias económicas. Puede ayudar a explicar la importancia económica de este tipo de conexiones.

- b) Algunas contribuciones de la "sociolingüística crítica" y del "análisis crítico del discurso" examinan los cambios en las variables del lenguaje (las modalidades de uso, prestigio, etc.) como el resultado de cambios en las condiciones socioeconómicas, a menudo bajo la etiqueta de "nueva economía". Sin embargo, los procesos económicos aludidos se abordan en términos esencialmente metafóricos y el contenido económico resulta ser más bien débil.

Esta última línea de argumentación oscila entre los procesos económicos y el discurso acerca de ellos. Podemos encontrar un ejemplo de este enfoque en "Language in late capitalism. Pride and benefice" (Duchêne y Heller, 2011). En su introducción se recoge que el capitalismo de hoy en día tiene "como una de sus características fundamentales la continua expansión y saturación de una serie de los mercados" y que "nos encontramos ahora en un momento determinado en este proceso, que podemos llamar el capitalismo tardío, que se extiende al sistema de regulación nacional de los mercados hacia y, posiblemente, más allá de sus límites. Las tensiones resultantes en el régimen Estado-Nación dan lugar a nuevos discursos en los que el lenguaje juega un papel particularmente central no solo por su lugar en la regulación y la legitimación de los espacios económicos y políticos, sino también por la **emergencia del sector terciario** como un elemento definitorio de la nueva economía globalizada".

La apertura alude a preguntas importantes sobre la economía de la globalización y sus implicaciones lingüísticas. Sin embargo, no proporciona ningún análisis para apoyar la idea de

que, presuntamente, los cambios en "algo lingüístico" (por ejemplo, la frecuencia de uso de una lengua minoritaria o el sentido que los agentes asignan el uso de su lengua materna en comparación con el uso de otro idioma) en realidad proceden de cambios en las variables económicas.

En general, y a pesar del uso reiterado de términos como "mercados" y "beneficios", esta línea de trabajo ignora la literatura económica de la lengua. Ofrece un análisis de algunos aspectos del lenguaje desde el ángulo de la sociolingüística pero no aporta un punto de vista económico ni se formulan propuestas de nivel macro de características económicas. Esto no quiere decir que no existan cuestiones propias de la Economía de la lengua en el fondo de estas contribuciones, pero sigue siendo necesario sacarlas a la luz y la Economía de la lengua puede ser útil para este fin.

Por su parte, Alarcón, A (2006) insiste en la necesidad de incorporar a la Economía de la lengua los campos de la Sociología y las Ciencias políticas. A veces se olvidan, tal y como se observa en las revisiones sobre el tema centradas en trabajos de economistas que soslayan las investigaciones de sociólogos y politólogos.

II.1.3 El objeto de estudio

En cuanto al objeto de estudio en la Economía de la lengua podemos encontrar un amplio campo de investigación que varía en función del marco teórico en el que nos situemos. Este puede estar compuesto por las siguientes áreas:

- La **Teoría de las externalidades de red**, donde se pretende maximizar el potencial comunicativo;
- La **Teoría del capital humano**, en la que el criterio maximizador serían las rentas;
- La **Teoría sobre los costes de transacción**, cuyo criterio de optimización es la minimización de los costes de transacción de especial relevancia en el comercio internacional;
- Las **Teorías de la discriminación**, cuyos criterios de optimización son muy amplios, pasando desde las consecuencias esperadas de un prejuicio étnico o racial hasta la distribución de bienes de forma favorable hacia un grupo determinado.

a. Externalidades de red de la lengua

Una de las características de la lengua, como bien público, es su capacidad para generar efectos económicos—positivos o negativos— sobre terceros. Estos efectos o externalidades se caracterizan por no producir compensación para el sujeto que los causa cuando estos son positivos ni tener que pagarla en forma de multa cuando los efectos son negativos.

Las externalidades crean divergencias entre la valoración privada y social de los bienes y servicios que la provocan. El causante de una externalidad negativa por la que no paga obtiene por su actividad un beneficio neto privado mayor del obtenido socialmente cuando se contabiliza el daño causado. El causante de una externalidad positiva obtiene un beneficio neto privado menor que el beneficio social que se obtiene contabilizando el beneficio inducido gratuitamente a terceros.

La lengua genera externalidades generalmente positivas y, en algunos casos, negativas como el ejemplo citado por François Grin derivado del perjuicio que sufrirían los traductores si se generalizase el aprendizaje de la lengua en la que son especialistas.

Además de estas externalidades, la lengua, en tanto que **tecnología social de comunicación**, da origen a las denominadas externalidades de red del mismo modo que lo hacen las tecnologías materiales de comunicación (teléfono, Internet, etc.).

La maximización de las externalidades de red permite multiplicar el potencial comunicativo de una comunidad. Este concepto ha sido objeto de una buena parte de la literatura sobre Economía de la lengua.

Según recoge Jiménez, J.C. (2006) la presencia de estas externalidades de red, en el caso de la lengua, tiene importantes implicaciones económicas desde el punto de vista de su valoración económica en los siguientes aspectos de la lengua:

1. La lengua como parte del capital humano
2. La valoración de las políticas lingüísticas
3. Lengua y comercio internacional

Para los hispanohablantes este interés se ve reforzado por la potencia demográfica que le otorgan los casi 470 millones de personas que tienen el español como lengua materna situados en buena parte dentro de una relativa “clase media mundial”.

La presencia de externalidades de red concede a la lengua el carácter de bien “supercolectivo”, lo que significa que su valor aumenta cuanto mayor sea el número de individuos que participen del consumo del bien. Cuando se dan externalidades de red, “la utilidad que un usuario dado obtiene de un bien depende (de forma decreciente) del número de otros usuarios que están en la misma red” (Michael Katz y Carl Shapiro, 1985).

El valor de pertenecer a un grupo lingüístico (club) aumenta con el tamaño y no genera problemas de congestión.

Así, en una comunidad lingüística de n individuos las posibilidades de interacción binaria (entre cada dos de ellos) es de $n(n-1)$. Un individuo nuevo añadiría $2n$ potenciales interacciones. Esto tiene consecuencias económicas:

1. Las decisiones de inversión privada (en nuestro caso, en lengua) no conducen a una óptima asignación de recursos, ya que infravaloran sus beneficios *sociales* para el resto de individuos de la *red* (esto es, para la comunidad lingüística de que se trate). Este sería uno de los argumentos utilizados por los defensores de la política y la planificación lingüística.
2. La tendencia de los idiomas dominantes a desplazar a los demás debido a los rendimientos crecientes asociados a las externalidades de red.

Jeffrey Church y Ian King, en su trabajo de 1993 para el *Canadian Journal of Economics* sobre «Bilingüismo y externalidades de red» parten de una situación de bilingüismo: en una determinada colectividad, existen dos lenguas, E y F, siendo mayor el número de hablantes de la primera que los de la segunda y analizan bajo qué condiciones de juego no cooperativo los hablantes de una lengua aprenderían o no la otra.

Los autores demostraron teóricamente, a través de la teoría de los juegos, que en presencia de este tipo de externalidades, el *óptimo privado* del aprendizaje de una segunda lengua, el que resulta de las decisiones maximizadoras de su utilidad que toma cada individuo,

descoordinadamente de los demás, no tenía por qué coincidir con el *óptimo colectivo*, es decir, el que maximiza el bienestar *social* total. Todo dependería del coste del aprendizaje.

Si el coste fuera muy alto nadie aprendería la otra lengua, con lo que habría una única estrategia pura –ésta– de equilibrio en el sentido de Nash. Si el coste fuera muy bajo habría dos situaciones de equilibrio: una en la que todos los hablantes de F aprenderían E y ninguno de los hablantes de E aprendería F y, otra, en la que sucedería justo lo contrario. Y, en el caso de que el coste del aprendizaje se moviera en un rango intermedio, la lengua E hablada inicialmente por un mayor número de personas, desplazaría a la F. Todos los hablantes de F aprenderían E, y ninguno de los de E aprenderían F.

La clave del *juego* está en que «cuanto mayor sea el número de personas del grupo de los de la otra lengua que aprenden la lengua nativa de un individuo, menor será para éste el beneficio de la adquisición de una segunda lengua [la otra]». Y, tras examinar Church y King las distintas opciones, llegan a la conclusión de que «nunca es óptimo subsidiar el aprendizaje de la lengua minoritaria» y que, por el contrario, «hay rangos de valor de los costes de aprendizaje para los que el subsidio de la lengua mayoritaria puede ser defendido». Teoría de los juegos: microeconomía en estado puro.

b. La lengua como parte del capital humano

Bajo el marco de la Teoría del capital humano el criterio de optimización para la adquisición de lenguas serían las rentas individuales calculando las tasas de retorno para cada nivel de inversión en formación en lenguas.

Desde este punto de vista, se puede considerar que la adquisición de idiomas es una inversión en capital humano que se emprende cuando los beneficios esperados superan el coste de la inversión.

Los beneficios sociales de las externalidades de red positivas derivadas del uso de unas u otras lenguas se acumulan a los rendimientos privados del conocimiento lingüístico que adquieren los individuos y que se manifiestan en diferencias salariales, es decir en la valoración del capital humano.

La habilidad lingüística cumple los tres requisitos básicos del capital humano:

- Está incorporada a las personas
- Es productiva dentro del mercado de trabajo
- Es costosa en términos de tiempo y recursos, a veces dinerarios

En la relación lengua-ingresos, siguiendo a François Grin (2003), encontramos cuatro focos de atención distintos:

1. Trabajos que estiman la **discriminación basada en la lengua materna de los individuos** y suelen confirmar diferencias salariales entre individuos de distintas comunidades lingüísticas.
2. Trabajos que estiman el **valor de la formación en una segunda lengua cuando esta es dominante** en un país. Suelen confirmar altos beneficios salariales obtenidos por inmigrantes del conocimiento de la lengua huésped. En esta línea destaca el trabajo de David E. Bloom y Gilles Grenier (1996) en el que se mostraban las importantes diferencias salariales entre los hablantes de español en Estados Unidos y los de habla inglesa²⁷ (atribuibles en parte a la lengua pero, más bien, a otras carencias formativas).
3. Trabajos que estiman el **valor de la formación en una segunda lengua cuando esta no es dominante** como en el caso de comunidades bilingües o multilingües (Suiza, Quebec, Cataluña...) o también cuando se aprende una lengua extranjera como segunda lengua. En esta línea destacan los estudios de François de Villancourt sobre las diferencias salariales entre anglófonos y francófonos en Canadá, los de François Grin sobre el alto rendimiento del inglés en toda Suiza y el de Amado Alarcón sobre idiomas, empleo y empresa en Cataluña.
4. Trabajos que estiman las tasas de retorno (rendimientos) de las lenguas inmigrantes en sus nuevos países de acogida. Esta área de investigación ha producido menos trabajos que las anteriores. Algunos estudios de François Grin y Jean Rossiaud arrojan bajas tasas de rendimiento sobre lo que valdría, por ejemplo, saber turco en Alemania.

Para establecer la correlación entre lengua e ingresos, se han realizado abundantes trabajos y modelizaciones para diferentes países y periodos bajo supuestos metodológicos diferentes. Todos estos trabajos ponen de manifiesto la complejidad de las relaciones lengua-ingresos al incorporar la doble dimensión de la lengua como elemento de comunicación y atributo étnico.

²⁷ (Church & King, 1993)

Destaca el de Chiswick y Paul Miller²⁸, publicado en 1995 en *Journal of Labour Economics* que ofrece interesantes resultados comparativos internacionales. Este trabajo, inscrito en la segunda de las corrientes señaladas anteriormente, tuvo como objeto el estudio las relaciones entre dominio de la lengua inglesa y los ingresos económicos de los inmigrantes de otras lenguas maternas. El ámbito de estudio se circunscribió a Australia, Estados Unidos, Canadá e Israel.

Los resultados obtenidos mostraron un diferencial de ingresos (en torno al 9%) para los inmigrantes que dominan el inglés, especialmente para los inmigrantes definitivos que llegan al 11% en Israel, al 12% en Canadá y, sobre todo, en Estados Unidos que llega al 17%.

Los autores observan también como la adquisición de este dominio responde en parte, a los incentivos económicos que crea esa desigualdad, de modo que se establece una desigualdad endógena entre lengua e ingresos.

Sin embargo, el estudio de Andrew Henley y Rhian Eleri Jones²⁹ llega a conclusiones diferentes tras estudiar empíricamente la realidad lingüística de Gales, donde el bilingüismo está sujeto a protección estatal. Para estos autores, el bilingüismo puede ser una variable exógena, y no endógena, en la determinación de los ingresos. Hallan un diferencial de ingresos en torno al 8%, a favor de los bilingües, pero mucho menor en los que usan el galés en sus centros de trabajo si los comparamos con aquellos que trabajan en un entorno laboral monolingüe en inglés. De aquí se deduce que los trabajadores bilingües no están necesariamente mejor remunerados, sino que los empleadores pueden tener otras razones para contratarlos, como podría ser el cumplimiento de la legislación pública. Por tanto, dicen los autores, la mayor demanda de trabajadores con conocimientos de galés puede derivar de la intervención estatal para promover el bilingüismo, aunque tampoco rechazan otras explicaciones.

En España, Amado Alarcón (2004) concluye que “las credenciales formativas juegan un papel importante en la selección de personal en Cataluña, desde un punto de vista formal o como credencial, pero no en la ejecución final de las tareas que los puestos de trabajo exigen”.

Otro trabajo de Chiswick, muestra cómo, en Bolivia, los monolingües en español obtienen mayores salarios que los monolingües en quechua, aimara o guaraní y que los bilingües en

²⁸ (Chiswick & Miller, The endogeneity between language and earnings: international analysis, 1995)

²⁹ (Henley & Jones, 2005)

español y en alguna de estas lenguas indígenas. (Barry R. Chiswick, Harry A. Patrinos y Michael E. Hurst, 2000).

En esta última línea, centrados en distintos entornos socioeconómicos, encontramos otros trabajos como el estudio sobre el italiano en Suiza de François Grin y Claudio Sfreddo (1998).

Por último, otra de las contribuciones en este ámbito, la de Richard Fry y B. Lindsay Lowell (2003), no encuentra rendimientos positivos en las habilidades bilingües en Estados Unidos, una vez que se *controla* la variable «capital humano».

c. Lengua y comercio internacional

La idea del comercio internacional como implicación económica de las externalidades de red de la lengua ya fue percibida por Adam Smith: “la capacidad de comerciar es la clave de la condición humana y en esta clave es esencial el lenguaje”.

Edward P. Lazear (1999) sostiene que “una cultura y un lenguaje comunes facilitan el comercio entre individuos y se incentiva el interés de estos por aprender otras lenguas y culturas para tener así un mayor conjunto de potenciales socios comerciales”.

Melitz y Toubal (2013) establecieron que la utilización de una lengua común (combinada con la alfabetización) genera retornos comerciales. Dos países que comparten lazos lingüísticos tienden a intercambiar un 65% más que no lo tuvieran³⁰.

La lengua cuenta con un papel esencial en cualquier forma de intercambio humano. La conexión entre la lengua y el comercio internacional se fundamenta en dos cualidades económicas presentes en la lengua:

1. la lengua como **reductora de los costes de transacción**, del mismo modo que lo haría, por ejemplo, una innovación tecnológica.
2. la lengua como **amortiguadora de la «distancia psicológica»** entre mercados.

Este concepto de «distancia psicológica» percibida se debe a la Escuela sueca de Uppsala. Se ha utilizado como factor explicativo de los flujos de mercancías y de la inversión de capitales y

³⁰ Frankel, J., Stein, E. y Wei, S. (1995). «Trading Blocs and the Americas ». Journal of Development Economics, vol. 47.

de personas. De acuerdo con las aportaciones iniciales de Beckerman³¹, Johanson y Vahlne³², entre otros, la selección de los mercados exteriores, y la propia internacionalización de las empresas, sobre todo en sus fases iniciales, tenderían a producirse hacia el país psicológicamente más próximo al de origen. Este país, que sería percibido como el más «fácil» o el que genera menos inseguridad comunicativa, serviría para para conseguir experiencia antes de afrontar nuevos mercados internacionales. La proximidad está más relacionada con la facilidad psicológica de acceso que con la distancia geográfica y depende de múltiples factores entre los que la variable lingüística es uno de los más importantes.

Jack Carr (1985) trae otra vía de análisis para el estudio de los beneficios *comerciales* de la lengua: la analogía entre idioma común y moneda común. Con el fin de demostrar la **tendencia al monopolio que tienen todos los idiomas** muestra como una lengua común elimina, igual que la moneda común, una parte de los costes de transacción. La justificación de una «*lingua franca*³³» se ha fundamentado, precisamente, en la existencia de externalidades de red y en los rendimientos crecientes que se derivan del mayor número de usuarios que propician esas externalidades.

Otra cuestión es que esos rendimientos crecientes puedan dar lugar a múltiples situaciones de equilibrio y que la «*lingua franca*» triunfante lo sea, en cada caso –del latín al inglés–, por una concurrencia de factores históricos (Albert Breton, 1998). La **unidad lingüística**, en realidad, sería una condición para la **unidad de mercado**: Silvana Dalmazzone (1999), lo expresaba diciendo que «Una lengua común (...) refuerza la competencia”.

El estudio empírico de las relaciones entre lengua y comercio se ha movido bajo los presupuestos metodológicos de los **modelos de gravitación** que incorporan el idioma común entre las variables explicativas del intercambio entre países. Estos modelos se basan en la idea de que dos países económicamente grandes y próximos comerciarán más entre sí que dos países pequeños y distantes.

En la especificación econométrica deben considerarse otras variables que pueden modular el resultado final: por un lado, la pertenencia o no a una zona económica con algún grado de integración comercial (Unión Europea, NAFTA, MERCOSUR...) y por otro, la lengua, común o no

³¹ (Beckerman, 1956)

³² (Johanson & Vahlne, 1990)

³³ Idioma adoptado de forma tácita para un entendimiento común entre personas que no tienen la misma lengua materna. La aceptación puede deberse a mutuo acuerdo o a cuestiones políticas, económicas

entre los países, que suele incorporar otros muchos factores relacionados con la identidad y la afinidad cultural factores estos de la «distancia psicológica» aludida al explicar, por ejemplo, por qué el mercado argentino le resulta a un empresario español más próximo que el chino.

La barrera lingüística constituye uno de los mayores obstáculos al comercio. Según Lohman, J. (2011), un aumento del 0,10 del índice de *obstrucción lingüística* (una disminución del 10% de las características lingüísticas comunes) reduce los intercambios entre un 6,8% y un 9,8%.

La ecuación de gravitación *log-línea* (logarítmica lineal) típica en estos trabajos puede tomar una especificación del siguiente tipo:

$$\ln X_{ijt} = \alpha_{ij} + \lambda t + \beta_1 \ln (Y_i Y_j) + \beta_2 \ln (D_{ij}) + \gamma_1 (L_{ij}) + \gamma_2 (AIR_{ij}) + \epsilon_{ijt}$$

Donde X_{ijt} representa el comercio bilateral entre cada dos países

i y j (su «atracción gravitatoria», en la metáfora del modelo)

$Y_i Y_j$ el producto de sus respectivos PIB

D_{ij} la variable que incorpora la distancia geográfica entre cada dos países.

Los teóricos de los modelos de “gravitación” demostraron que los países que comparten una lengua aumentan sus intercambios³⁴. En estos modelos, la variable idiomática (lengua común) aparece siempre como positiva y favorecedora, en mayor o menor grado, de los intercambios comerciales bilaterales entre los países con resultados diversos según los casos.

John F. Helliwell (1999), incorpora a su modelo, además de la lengua común y la pertenencia a bloques comerciales, otras dos variables ficticias:

1. **Remoteness** (o lejanía relativa), sobre la base de Jacques Polak (1996)
2. El «efecto frontera», en este caso a partir de John McCallum (1995).

Como resultado obtiene que una lengua común entre dos países tiene un efecto positivo sobre el volumen de su comercio que puede estimarse, para su muestra inicial de 22 países desarrollados, en un coeficiente de 0,564, lo que significa que dos países con una misma lengua comerciarán un 70 por 100 más que aquellos que no comparten este rasgo.

³⁴ Attali, J. (2014) La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable. La documentation française. <http://www.ladocumentationfrancaise.fr>

Ahondando en ese patrón general de comportamiento por lenguas concretas, Helliwell descubre que el «efecto lengua» es particularmente intenso en el caso del inglés. En el caso de países en los que el inglés es la lengua dominante, su comercio será un 130 por 100 mayor–, apreciable en el del alemán y apenas significativo –salvo con Canadá– en el del francés³⁵ (conclusión que también obtiene para el español cuando incluye otros 11 países menos desarrollados, entre ellos cuatro iberoamericanos).

Parece claro que por esta vía la Economía de la lengua entronca con la literatura de la Economía internacional y del Comercio. Un paso más allá, aunque éste apenas se haya dado, – quizá con la excepción notable del trabajo de Jean-Louis Arcand (1996) – enlazaría con la literatura del Desarrollo en los que se podrían enmarcar los trabajos de Carrère & Masood (2014) sobre espacios lingüísticos.

En la etapa inicial de la disciplina, Thomas Thorburn (1971) consideró también los elementos – buena parte de ellos institucionales– para aplicar con éxito un análisis coste-beneficio en la planificación lingüística de los países atrasados, comparando entre una lengua internacional y otra nacional.

II.1.4 Las aplicaciones

Existen algunas prioridades para el desarrollo de la Economía de la lengua en general y de la Economía de la política lingüística en particular. De acuerdo con Grin (2014) cuatro cuestiones generales pueden encontrar aplicación en diferentes situaciones de política lingüística.

a. La lengua y la creación de valor de mercado

La existencia de importantes tasas de retorno de las competencias en lenguas extranjeras muestra que contribuyen a la creación de valor. Sin embargo, se sabe muy poco sobre cómo se produce esta contribución. La Economía, desde los fundamentos microeconómicos o desde el punto de vista de organización industrial, estaría en mejores condiciones para avanzar en la comprensión de este proceso de creación de valor. Esto requiere, sin embargo, un conocimiento detallado de los procesos de comunicación para lo que puede ser muy útil la

³⁵ Ninguno de los destacados «grandes» del subcontinente dentro del comercio exterior español, por lo que, según el propio Helliwell se necesitarían nuevas contrastaciones para confirmar esta afirmación.

micro-lingüística aplicada, incluso "a nivel nano". Aunque la referencia a "valor de mercado" apunta en la dirección del trabajo productivo en las empresas del sector privado, la contribución de los conocimientos lingüísticos a la eficiencia en el sector público sigue la misma área temática.

Las políticas de enseñanza del idioma, que constituyen el mayor subconjunto de política lingüística, necesitan información acerca de la "eficacia externa" de la enseñanza de idiomas, qué idiomas enseñar a quién y qué nivel de fluidez oral y / o escrita se usa en el mercado laboral. Una mejor comprensión de estos procesos es necesaria para evitar el problema de las tasas externas de retorno de las políticas educativas.

b. La estimación del valor de no-mercado

La elección de los regímenes de lenguaje forma parte de esas decisiones de política lingüística. Tales opciones plantean cuestiones, no solo materiales, sino también simbólicas. La literatura de Economía de la lengua ha reconocido desde sus inicios (por ejemplo, Breton, 1964) este punto y, sin embargo, no le ha prestado la suficiente atención. Las implicaciones simbólicas del lenguaje son indiscutibles y parece políticamente inaceptable que cualquier plan de política lingüística pueda ignorarlo. En los últimos años se han realizado algunos esfuerzos, sobre todo desde el punto de vista de la teoría política normativa (Robichaud y de Schutter, 2012).

Desde la Economía, Ginsburgh y Weber (2005) han examinado los regímenes de idiomas en la Unión Europea a través del prisma de la comunicación, con el argumento de que negar el estatus oficial a un idioma determinado priva de derechos a sus hablantes. La naturaleza exacta, el funcionamiento y alcance de dicha privación de derechos, sin embargo, depende de los efectos que la no oficialización tiene sobre los usuarios del lenguaje y muchos de esos efectos pertenecen a los valores simbólicos, por lo que van Parijs (2011) hace hincapié en la importancia de "igualdad de trato".

c. *Agregación*

Un problema que sigue apareciendo en la evaluación comparativa de los escenarios de política lingüística es el de la agregación de los distintos tipos de beneficios y costes - materiales y simbólicos - .

Consideremos el caso estándar de los índices de rentabilidad social de la enseñanza de la lengua X como asignatura en el sistema educativo. En el tiempo t , la competencia en X ofrece una prima salarial P , por encima de la tasa de equilibrio en el mercado laboral.

Supongamos que esto representa un incentivo para que más personas inviertan en el aprendizaje de X, de manera que en el periodo $t + 5$ el porcentaje de la oferta de trabajo con conocimientos de idiomas X aumenta en $\Delta g_x\%$. ¿Qué impacto resulta en el valor de los conocimientos lingüísticos X?

La prima puede bajar debido al aumento de la oferta; al mismo tiempo, puede subir porque la generalización de los resultados de las habilidades del idioma X se espera como algo natural, como es el caso hoy en día, en la mayoría de países del mundo, para la alfabetización básica en lengua materna. ¿Qué pasa si el valor de los conocimientos lingüísticos no está exclusivamente compuesto por la prima salarial, sino que también se basa en el número de interlocutores con los que se puede utilizar de la lengua?

De hecho, varios modelos asumen que el valor de los conocimientos lingüísticos está totalmente formado por este grupo de interlocutores potenciales. El manejo de estas preguntas requiere el desarrollo de un modelo muy general, un poco como un modelo económico de equilibrio general del multilingüismo social óptimo.

Grin (2014) no está “convencido de que necesitemos un modelo que lo abarque todo y sería probablemente más pragmático aspirar a un conjunto de modelos sectoriales mutuamente compatibles”. Sin embargo, su compatibilidad solo puede beneficiarse de la toma de conciencia de una visión general, en la que los problemas de agregación hayan sido al menos identificados.

d. *Políticas lingüísticas complejas.*

Con el avance de la globalización, la selección de la política lingüística y su diseño se está convirtiendo en algo cada vez más complejo. En los años 1960 y 1970 - es decir, en los inicios de la política lingüística identificados como tales - muchos temas podían ser abordados con relativa independencia unos de otros. Por ejemplo, la protección de la minoría autóctona de un idioma, los aspectos lingüísticos de la integración de los inmigrantes, la elección de las lenguas oficiales en un país multilingüe, la adopción de un régimen lingüístico para las operaciones internas de una organización internacional o la selección de idiomas ofrecidos en un sistema educativo podrían ser planteados de una manera razonable como cuestiones separadas.

Hoy en día, el aumento de la movilidad, en particular de la mano de obra, requiere la consideración conjunta de muchas de estas preguntas. Como era de esperar, los problemas más complejos tienden a pedir soluciones más complejas y las soluciones complejas han recibido muy poca atención de momento.

La optimización respondiendo a un entorno lingüístico plural, generalmente origina recomendaciones como "el multilingüismo en la sociedad a través del desarrollo del multilingüismo individual", "plurilingüismo generalizado descansando en la prestación generalizada de traducción e interpretación" o "adopción de una *lingua franca*" - los defensores de esta última solución, por lo general se refieren al inglés.

Sin embargo, con esto no se agota la gama de posibles soluciones. La *lingua franca* podría ser una lengua planificada como el esperanto. La propagación de la inter-comprensión (habilidades receptivas en idiomas estructuralmente relacionados con la lengua materna) podría alterar sustancialmente el alcance y contenido de los escenarios políticos. Básicamente, las políticas lingüísticas complejas pueden suponer que no es necesario optar por una u otra estrategia sino la combinación de ellas.

Las respuestas políticas óptimas para el reto del multilingüismo en el mundo real pueden requerir el uso de una *lingua franca* en algunos contextos. Dependiendo de la hora y el lugar, la búsqueda de la optimización llevará hacia una u otra estrategia.

Una política lingüística óptima, sin embargo, tiene que lanzar la búsqueda de la eficiencia a un nivel más alto. Aunque esto es en el fondo un problema clásico de la teoría del bienestar, en el campo de la política lingüística y la planificación es una empresa que, según Grin (2014), aún no se ha abordado en serio. La economía de la política lingüística y la planificación ha progresado significativamente desde que surgió como tal hace unos cincuenta años. Ahora es un apasionante campo de estudio con apertura a la interdisciplinariedad.

Ejemplos de su relevancia social y política no son difíciles de encontrar y la gama de preguntas a la espera de ser investigadas es sustancial. Todo lo que se necesita ahora es más reconocimiento, con el fin de asegurar el apoyo financiero e institucional necesario para que esta investigación tenga lugar.

El apoyo, aunque sería bueno, no es necesario que provenga de dentro de la propia disciplina como ocurre, por ejemplo, en la Economía del medio ambiente, la salud, el transporte o la educación. Pero como hemos visto, la naturaleza misma del objeto principal (lengua) restringe y dificulta que esto pueda darse en la realidad.

Según Grin, los departamentos de Economía de las universidades de todo el mundo suelen ser reticentes a abrazar y sostener la interdisciplinariedad. Por todo ello, la causa de la Economía de la lengua y su aplicación a los problemas de política lingüística actual, estaría mejor servido si el apoyo financiero e institucional viniera directamente de las autoridades universitarias centrales y los organismos de financiación de investigación con verdadero interés en la interdisciplinariedad.

II.2 TEORÍA ECONÓMICA DE LA LENGUA

En este bloque se abordan diversas aproximaciones de la lengua relacionadas con Economía y la Política económica. A nivel microeconómico la lengua puede ser analizada como un bien público o privado. Desde la perspectiva macroeconómica la lengua tiene un valor que se manifiesta a través de las cifras de empleo generado y porcentaje que se aporta al PIB. Esto es cuánto mueve la industria relacionada con la lengua en un país con independencia de que el mercado al que se dedique sea nacional o internacional. En teoría, el mercado nacional debe ser similar para todos los países encontrándose el diferencial en la capacidad exportadora que posea cada uno en las actividades relacionadas con la lengua (enseñanza de la lengua en el extranjero, la cultura, etc.).

II.2.1 La lengua como bien

La lengua se puede considerar un bien complejo, susceptible de manifestarse como bien o servicio, bajo una doble conceptualización que a veces se solapa:

- Bien o servicio privado
- Bien o servicio público

Como bien privado, la lengua puede ser objeto de transacción mercantil (como sucede en la industria de la enseñanza) o actuar como soporte de comunicación esencial de los bienes y servicios comercializados por sectores económicos diversos (las industrias de la lengua).

La lengua como tecnología social de comunicación sería, a la vez, un input tecnológico y un input laboral incorporado al factor trabajo como habilidad incorporada a los trabajadores que componen el capital humano.

Si bien la lengua es un *input* presente de un modo más o menos directo en cualquier actividad (y por tanto susceptible de valoración), a efectos de su delimitación económica, resulta interesante realizar una clasificación de las **industrias de la lengua**.

Oscar Berdugo (2000), siguiendo varios criterios entre los que destaca la potencialidad hacia los mercados exteriores, agrupa las industrias de la lengua en tres grandes grupos:

- Un núcleo central de actividades ocupado por los **servicios lingüísticos**, la enseñanza de español para extranjeros y las ediciones para la enseñanza
- Un **sector estratégico** de tecnologías de la lengua
- Tres sectores de **difusión**: editorial, audiovisual y musical

Otra clasificación sería la presentada en el estudio sobre *El valor económico de la lengua española*³⁶, en la que se alude a tres tipos de actividades vinculadas a la lengua:

1. Actividades **ligadas directamente** a la lengua por la propia naturaleza de sus productos: industria editorial, educación, etc.
2. Actividades que proporcionan **insumos** al grupo anterior: industria papelera y otras
3. Actividades de **comercialización** y distribución de los anteriores

En el conjunto delimitado por las industrias de la lengua, siguiendo uno u otro criterio, se trata de bienes y servicios que pueden valorarse económicamente desde una perspectiva privada con un precio de mercado real o atribuible.

La lengua como mercado y bien privado justifica el análisis del conjunto de actividades económicas relacionadas de un modo más o menos directo con ella encontrando puntos de contacto con la Economía de la cultura y del ocio.

La lengua, además de bien privado, tiene una importante dimensión económica **como bien público**. La lengua como tecnología o herramienta social de comunicación es libremente utilizable. No tiene coste alguno en su uso –aunque sí en su acceso– para quienes ya la poseen (como lengua materna o como segunda lengua) y cuenta con la propiedad fundamental de que **su utilidad aumenta con el uso** (con el número de quienes la emplean). Se trata de lo que en Economía se conoce como un bien público con las características peculiares de un bien de club o reservado (José Antonio Alonso, 2006).

La lengua, en cuanto a su condición de gran “tecnología social de comunicación”, cumple una importante función en el desarrollo del capital social de una colectividad. En este sentido la lengua, además de bien o recurso económico, también debe ser vista como **factor productivo**

³⁶ José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez (2012). Fundación Telefónica

capaz de estimular el crecimiento, como fuente de capital social formando parte del factor capital al igual que lo son el capital físico, el humano, el tecnológico o el financiero.

El aspecto económico de la lengua como **capital social** presenta importantes **limitaciones** de cuantificación que dificultan su estudio. Esto ha generado que exista escasa literatura especializada y, por tanto, es un concepto cuyo interés está en auge.

La OCDE (2004) define el capital social como el conjunto de «redes, junto con normas, valores y entendimientos compartidos que facilitan la cooperación, tanto entre los grupos como dentro de ellos».

Para el Banco Mundial, «capital social es el conjunto de normas y vínculos que permiten la acción social colectiva. Capital social no solo es la suma de las instituciones que apuntalan una sociedad, sino que es el pegamento que las mantiene juntas (...)»³⁷.

Esta definición está en la línea de Robert Putnam y de los autores que se han acercado al concepto de capital social (Pierre Bourdieu, James Coleman, Michael Woolcock...) para quienes éste se basa en la confianza recíproca y en la cooperación en aras de unos objetivos comunes. Los tres componentes del capital social, en la concepción de Putnam (2000), son las normas y obligaciones morales, los valores sociales –en particular la confianza– y las redes sociales. Un concepto indisoluble de la lengua que comparte con ésta el carácter intangible que reduce los costes de información y de transacción y no se agota con el uso pues este le otorga un carácter acumulativo.

La lengua cumple con los dos requisitos fundamentales de un bien público:

1. **No rivalidad:** el consumo de ese bien por parte de alguien no reduce su disponibilidad para otros. Es más, en el caso de la lengua, la utilidad que los individuos obtienen con el uso de la lengua aumenta con el número de personas que la usan.
2. **No exclusión:** no es posible imponer a ese bien un precio que limite su consumo. Algo evidente en la lengua para los que ya poseen la capacidad lingüística. De ahí que se hable de un bien “de club”, del que solo disfrutaban sin coste sus miembros.

³⁷ Vid. <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/home.htm>

La no rivalidad en el consumo significa que el coste marginal de proveer el bien o servicio a una persona más es cero. La no exclusión supone que los costes de excluir a un individuo o al conjunto son infinitos y, por tanto, que el mercado no funciona.

La doble naturaleza de la lengua como bien público y como bien privado genera distintas aproximaciones económicas a algunos aspectos de la interrelación entre lengua y Economía. Esta es la base de la literatura que ha dado lugar a una reciente Economía de la lengua vinculada con otros campos aplicados, tanto de fuera de la Ciencia económica (la Lingüística y la Sociología, fundamentalmente) como de su ámbito más reconocido (Economía de la educación y del capital humano, Economía laboral, Economía de la cultura, Economía pública, Economía del bienestar...).

II.2.2 Las decisiones individuales y la lengua

Para explicar los fenómenos sociales a través de la acción de los individuos no podemos prescindir de los actores involucrados en el sistema social. Considerando que el intercambio forma parte de la naturaleza humana, desde el punto de vista del individualismo metodológico, se puede interpretar que la sociedad es interacción. El intercambio probablemente sea la forma de mayor interés en el mundo actual, especialmente en las sociedades capitalistas donde las principales relaciones se articulan mediante el mercado.

Las relaciones de intercambio suelen estar circunscritas - formal o informalmente- a alguna manifestación institucional que constituye una forma de organización de la vida social. Como consecuencia del carácter social del hombre, en torno a los intercambios aparecen elementos culturales como el dinero, la lengua o los mercados que, a través de las acciones sociales se estandarizan y proporcionan un patrón estable a los individuos.

Estas formas sociales de intercambio, superiores y distintas a los propios sujetos, influyen sobre otros fenómenos sociales como el tamaño o características de comportamiento entre los miembros del grupo, que evolucionan generando nuevas necesidades individuales que determinan formas más adecuadas para los intercambios.

Se entiende, por lo tanto, que las acciones individuales o colectivas tienen efecto sobre la distribución social de los idiomas e influyen sobre las futuras formas de satisfacer los intereses individuales o colectivos.

Esta afirmación se encuadra en la perspectiva del individualismo metodológico, como corriente metodológica ampliamente utilizada en ciencias sociales. Sostiene que los fenómenos sociales son explicables por las características de los individuos como son sus metas, sus creencias o sus acciones que, según sus defensores, explican y ayudan a comprender la evolución de la sociedad como agregado de las decisiones particulares.

Para entender cómo esas acciones individuales producen cambios sociales se suele recurrir la **teoría de la elección racional**. Esta teoría explica el comportamiento de los sistemas sociales como transición entre el nivel del sistema social y el nivel de comportamiento individual de los actores (Coleman & Fararo, 1992). Comparte las raíces metodológicas con la teoría económica neoclásica y con los criterios del individualismo metodológico: racionalidad, optimización y autorregulación de los mercados tendente al equilibrio.

Los supuestos de la teoría económica neoclásica son:

- Comportamiento maximizador
- Equilibrio de mercado
- Preferencias estables

La racionalidad opera como una ley que produce predicciones y explicaciones. Las interacciones de los individuos son las que generan fenómenos sociales y el lenguaje sería uno de ellos.

Desde un punto de vista económico, los fenómenos sociales y económicos del nivel macro-social solo pueden ser explicados en términos de las acciones de los individuos y excluyéndose la posibilidad de que los eventos actúan en sentido contrario, es decir, que los eventos del macro-nivel afectan a los individuos. Siguiendo a Mises (1949), el origen de la causalidad recae exclusivamente en el nivel micro. Este posicionamiento se conoce como individualismo metodológico estricto.

Según Alarcón, A (2002), los sociólogos que trabajan con el individualismo metodológico no comparten esta visión estricta³⁸ y su explicación de los fenómenos del macro-nivel se realiza por medio de la confrontación de las propiedades estructurales del entorno social (incentivos, oportunidades y barreras) con los aspectos individuales (preferencias, deseos y creencias).

La transición entre los fenómenos sociales y la acción individual se construye por medio del supuesto de racionalidad y del principio de optimización. En un comportamiento racional, el actor se enfrenta a alguna forma de optimización y elegirá la acción que le proporcione mejor resultado. Es lo que se conoce como maximización de la utilidad esperada o de minimización del coste.

Se dice que una elección es racional si, dado un conjunto internamente consistente necesidades y otro conjunto de oportunidades de satisfacerlas, el individuo procura elegir de forma óptima. En ocasiones esto equivale a maximizar la utilidad esperada y en otros casos a minimizar el coste u otro criterio de optimización (Mansbridge, 1990).

En definitiva, los individuos persiguen alcanzar el mayor bienestar posible –siendo la definición de bienestar totalmente subjetiva- a través de las opciones brindadas por su entorno, constituido este por hechos e instituciones sociales y el resto de actores –individuales o colectivos- presentes en el sistema social. Esta sería una diferencia entre los enfoques del individualismo metodológico estricto y el individualismo metodológico en su vertiente sociológica.

En este contexto teórico, los ámbitos de interacción humana son los mercados que estarían sujetos al análisis racional que otorga a los individuos una racionalidad por la que toman decisiones de acuerdo con una escala de preferencias de la que se infiere la función privada de utilidad. La racionalidad implica el presupuesto de conectividad, según el cual los individuos tienen un orden de preferencias en las diversas opciones³⁹.

Dadas unas restricciones de renta y tiempo cada individuo, persiguiendo su propio interés, responde con sus acciones de forma sistemática al cambio en los valores de mercado, a los incentivos que proporciona el sistema y que operan como restricciones de la acción humana.

³⁸ Heckathorn (1997)

³⁹ Elster (1990)

Estas teorías serían aplicables al proceso de toma de decisión individual en la elección de qué lengua aprender.

Pero el hombre económico racional y optimizador es una ficción que ayuda a entender como acciones que son razonables o racionales para los actores, pueden combinarse para producir resultados sociales, socialmente óptimos o no, de manera intencionada o no.

El principio del individualismo metodológico no está carente de problemas o limitaciones pues, aunque dicho principio no es equivalente al supuesto de racionalidad total, los fallos en la racionalidad pueden estar relacionados con la interacción social de los individuos en los contextos en que realizan sus elecciones.

El poder de la teoría radica en la comparación de las acciones de acuerdo con los resultados esperados para los actores y su aplicación permitirá realizar predicciones más o menos exactas. Las premisas expuestas nos proporcionan un esquema de análisis para la interpretación teórica de las normas de intercambio lingüístico.

II.2.3 La lengua como intangible inmaterial

Un último aspecto de la lengua como bien (o servicio) privado o público es su naturaleza esencialmente intangible, aunque a veces se apoye en soporte físico, como «software económico». Esto dificulta su valoración desde un punto de vista material y contable⁴⁰.

Efectivamente, la valoración de intangibles es uno de los temas en estudio en la Economía de la empresa. Sin embargo, la **lengua como intangible** no ha estado muy presente en esta literatura de corte empresarial.

Existen algunos estudios sobre la elección por parte de las empresas, especialmente las multinacionales, de una «lengua de trabajo» en aras de la minimización de los costes de transacción dentro de la empresa.

⁴⁰ José Luis García Delgado y José Antonio Alonso (2001).

Carol S. Fixman (1989) trata la necesidad de contar con otras lenguas extranjeras en las multinacionales de capital norteamericano. Según los resultados de este estudio, las organizaciones de menor tamaño parecían más sensibles que las grandes a valorar positivamente las lenguas extranjeras.

Nigel B. R. Reeves (1990) trata el mismo tema que Fixman pero en multinacionales de capital británico bajo la amenaza de que una ampliación europea en ciernes pudiera *germanizar* lingüísticamente el continente.

Rebecca Marschan-Piekkari y Denise y Lawrence Welch (1999) indagaron el impacto de la lengua sobre la estructura, el poder y la comunicación de la empresa en un estudio de caso de una multinacional finlandesa obteniendo las siguientes conclusiones:

1. La lengua, a menudo olvidada, impone su propia estructura de flujos de comunicación y de redes personales al actuar unas veces como *barrera*, y otras como *facilitadora*.
2. La lengua es utilizada con frecuencia como una fuente informal de poder dentro de las multinacionales que se mueven en distintos ámbitos lingüísticos.

Concluyen que «no es posible gobernar efectivamente ninguna organización de dimensión mundial desde una sede central monolingüe».

Krishna S. Dhir y Theresa Savage (2002) ofrecen una metodología para evaluar la lengua más eficiente dentro de una empresa en su trabajo «El valor de una lengua de trabajo».

Krishna S. Dhir (2005), plantea que las grandes empresas debieran comenzar a pensar en su «cartera de activos lingüísticos» de un modo parecido a como ahora lo hacen, por ejemplo, con su «cartera de activos financieros».

François Grin (2001) ha subrayado que cada vez más en muchos congresos de Lengua suelen aparecer, de un modo u otro, cuestiones relacionadas con la dimensión económica de la lengua. Son cuestiones que vienen a coincidir con los temas abordados desde la Economía de la lengua. En concreto cita seis:

a) la importancia de la **lengua como un elemento definitorio** de ciertos procesos económicos como la producción, el consumo o la distribución

- b) la importancia de la **lengua como un elemento del capital humano**, en cuya adquisición los individuos pueden tener buenas razones para invertir
- c) la **enseñanza de la lengua como una inversión social** que rinde beneficios netos (relacionados o no con el mercado)
- d) las **implicaciones económicas** (en términos de costes y de beneficios) de las políticas lingüísticas
- e) la **desigualdad de ingresos** basada en la lengua, particularmente a través de una discriminación salarial en contra de grupos definidos por sus atributos lingüísticos
- f) los trabajos relacionados con la **lengua** (enseñanza, traducción, interpretación...) **como sector** económico.

II.2.4 La lengua como institución

El intercambio pertenece a la naturaleza humana como característica diferenciadora de otros animales. El intercambio significa disponer de reglas conocidas y asumidas por todos los participantes en la actividad de intercambio. Este conjunto de normas, usos y costumbres que rigen las relaciones sociales y económicas se definen como “instituciones económicas”.

Según Alarcón, A (2002) el idioma puede ser considerado como una institución reguladora de los intercambios e interacciones producidas en las distintas sociedades humanas. Las posibilidades de interacción social son muy difíciles si no se comparten los mismos patrones idiomáticos y las mismas formas de intercambio lingüístico. Los idiomas plantean una estructura de incentivos sobre la acción humana que conducen a una serie de decisiones y elecciones de resultados lingüísticos y extra lingüísticos.

En las instituciones de intercambio consideradas como mercados hay que estudiar las reglas del comportamiento económico del mercado pero también hay que conocer el mecanismo de creación y modificación de reglas y normas que regulan los mercados.

Los idiomas representan una pauta de intercambio universalmente instaurada en las sociedades humanas. Sin embargo, esta generalización del uso del idioma como algo intrínseco al ser humano viene acompañada de una diversidad lingüística que hace posible el intercambio para los fines más diversos dentro de una comunidad lingüística.

Cuando en determinados individuos de una comunidad lingüística⁴¹ surge la necesidad de relacionarse con individuos que no comparten el mismo repertorio lingüístico aparecerá la necesidad entre ellos de adoptar unas pautas comunes de interacción, siendo la principal el idioma.

La propensión natural del hombre al intercambio y al trueque de cosas hace surgir las reglas de juego y genera los mercados como mecanismos coordinadores de la actividad humana. Así, los idiomas actuarían como una de las instituciones de intercambio que aparece como una fuerza interpersonal fruto de la interacción. Sería el ámbito en el que se coordinan las decisiones individuales para determinar el valor de acuerdo a la ley de la oferta y la demanda y a la asignación de recursos escasos al uso de mayor valor.

El mercado sería un entorno de valor que proporciona información sobre la escasez relativa del bien, ofrece incentivos individuales y distribuye ingresos entre los proveedores de recursos. Por otro lado, el mercado define la apropiación desigual de los recursos en función de los derechos de propiedad necesarios para el funcionamiento de la economía de mercado. Los derechos de propiedad constituyen instituciones sociales que delimitan los privilegios reconocidos a los individuos sobre un conjunto de activos.

Las instituciones tienen capacidad para regular y proporcionar incentivos a la acción de los agentes. Estos incentivos serán positivos o negativos según ayuden a desarrollar o dificultar las relaciones y los intercambios de los agentes.

En este sentido, según Alarcón, A (2002), economistas y sociólogos comparten las siguientes ideas sobre las instituciones:

1. Rechazo al individualismo conductista -las instituciones como fenómeno accesorio de la sociedad sin mucha influencia sobre esta- y economista -las instituciones como una realidad que incomoda los supuestos de la microeconomía.
2. La convicción de que las soluciones institucionales cuentan con una explicación de la vida social
3. Definición muy general de las instituciones como reglas de juego de la sociedad⁴²

⁴¹ Fishman (1971:54) comunidad lingüística es "aquella cuyos miembros participan por lo menos de una variedad lingüística y de las normas para su uso adecuado.

⁴² Ver Romero 1990

A la hora de establecer la forma en que surgen las normas hay dos grandes enfoques que marcan el debate teórico. Desde la perspectiva sociológica, las instituciones serían patrones sociales que muestran un determinado proceso de reproducción y repetición. Cuando se produce un alejamiento del patrón este se contrarresta de forma regular con controles sociales en forma de castigos y recompensas dando lugar a lo que podemos llamar “patrón institucionalizado”⁴³. Así, las instituciones serían aquellos patrones sociales que se reproducen crónicamente y deben su supervivencia a un proceso social autoactivado y retroalimentado que sostiene y apoya al patrón promoviendo su reproducción hasta que la acción colectiva o los impactos del entorno bloqueen o rompan este proceso de reproducción.

Desde el punto de vista económico, las instituciones serían el resultado de acciones intencionadas que realizan individuos racionales guiados por determinados intereses. Desde esta perspectiva, próxima al análisis neoclásico, las instituciones son el resultado de la acción individual agregada en la que los agentes están más interesados en los beneficios que suministra la institución que en regulación de esta.

Los límites del modelo – racionalidad limitada, fallos de mercado, costes de transacción – han aportado nuevos elementos en la línea del encuentro entre la aproximación sociológica y neoclásica. En definitiva se trata de que los modelos neoclásicos sean útiles para explicar fenómenos sociales, como las instituciones, y como estas se relacionan entre sí.

De este modo surgiría una nueva propuesta teórica para interpretar las instituciones que según (Romero, 1999) a como reacción a los excesos provenientes de la economía neoclásica que modela el comportamiento económico a partir de la idea de la elección racional de los actores, imaginando una racionalidad sin restricciones y sin costes de transacción.

Si consideramos los idiomas como normas de interacción creadas a partir de intereses de los agentes podemos indicar qué procedimientos, basados en esos intereses, operan en la creación de normas e instituciones de intercambio. Históricamente se crean normas, formas o pautas de cómo intercambiar en beneficio y perjuicio de alguno o de todos.

Para Alarcón, A (2002), estas normas de intercambio pueden considerarse como bienes públicos que han de ser provistos por medio de alguna acción colectiva, condicionada por

⁴³ Jepperson (1991)

factores como el tamaño del grupo, la existencia de grupos privilegiados o incentivos selectivos⁴⁴.

Si lo aplicamos al estudio de los idiomas como bienes públicos opcionales en un contexto multilingüe, diremos que las estructuras lingüísticas (número de hablantes, ventajas del uso de un idioma...) son determinantes para las estrategias de elección individual y, en consecuencia, del uso y supervivencia de los idiomas⁴⁵.

Por otra parte, la emergencia de normas y la forma que adoptan, no es necesariamente intencionada. Se puede entender la aparición, supresión o modificación de las normas de intercambio como una consecuencia del interés de los sujetos en un contexto de difícil control sobre las externalidades de la acción⁴⁶.

Independientemente de si las instituciones son generadas espontáneamente⁴⁷, a partir de interés individual, o son reguladas de forma coercitiva por agentes públicos o colectivos, la forma en la que se rigen las instituciones de intercambio constituye la explicación de la creación de la riqueza de la unidad político-económica y la forma en que se utilizan recursos escasos.

Si consideramos las instituciones como bienes públicos sobre los que es posible intervenir, la importancia de las instituciones de intercambio y de su regulación radica en la capacidad de estas para conducir a una sociedad hacia la eficiencia y el crecimiento⁴⁸.

Para Alarcón, A (2002) la cuestión relevante radica en cómo facilitar la interacción social entre los individuos con intereses divergentes para facilitar el intercambio entre ellos y alcanzar un resultado final que se aproxime al deseado individualmente por cada uno de los integrantes del juego "político-económico-social"⁴⁹.

⁴⁴ Olson (1965)

⁴⁵ Laitin (1988) y Grin (1990)

⁴⁶ Coleman (1990)

⁴⁷ Olson (2001)

⁴⁸ Alarcón (2002)

⁴⁹ Alarcón (2002)

II.2.5 Las políticas lingüísticas

En este apartado se abordarán las cuestiones siguientes:

1. Las políticas lingüísticas y el crecimiento económico
2. Las políticas económicas y la eficiencia de mercado
3. Las políticas económicas y la asignación de recursos
4. Valoración de las políticas lingüísticas

a. Crecimiento económico y política lingüística

Según Adam Smith (1976), el tamaño del mercado impone el límite de crecimiento económico que acompaña a la división del trabajo. Cuando un mercado es muy pequeño, nadie es capaz de dedicarse por entero a una actividad por falta de capacidad para cambiar el producto sobrante de su propio trabajo, es decir, lo que excede a su consumo, por aquellas partes del producto del trabajo ajeno que necesita. En base a esta idea se puede decir que la homogeneización lingüística tiende al crecimiento, mientras que la diversidad sería ineficiente como fórmula de gestión y creación de riqueza.

Si se plantea una política lingüística orientada a la eficiencia económica, se puede considerar que el establecimiento de un idioma oficial favorece la ampliación del mercado y el crecimiento. En este punto es importante considerar la elección de la lengua oficial ya que ayuda a mejorar las transacciones con otros territorios que también la comparten. Un idioma ampliamente extendido reporta beneficios a sus miembros y al sistema económico ya que permite participar en una red lingüística grande.

b. Eficiencia de mercado

Una de las misiones fundamentales del Estado es procurar la eficiencia económica y resolver los problemas de asignación ineficiente de recursos, es decir, la búsqueda del **equilibrio de mercado en el sentido de Pareto**. Para alcanzar la eficiencia de mercado (precio igual a coste marginal) es necesario que exista una asignación eficiente que evite los fallos de mercado. Esta eficiencia se consigue cuando se cumplen unas condiciones: ausencia de incertidumbre, existencia de mercado para todos los bienes, derechos de propiedad claramente definidos, inexistencia de efectos externos y ausencia de poder de influencia sobre el mercado. La

intervención del Estado se justifica para corregir los fallos de mercado cuando no se dan estas circunstancias.

El Estado, desde la perspectiva de la eficiencia en la corriente liberal, debe proporcionar bienes públicos y corregir externalidades. En cuanto a la producción de bienes públicos, la lengua tiene la característica especial de que, una vez producido, es inagotable y no está sujeto a derechos de propiedad individual. Esto hace que las empresas privadas no tengan interés en su producción. Por tanto, en este caso, los agentes económicos se benefician de un idioma estandarizado cuyos costes de provisión han sido asumidos por el Estado.

Por otro lado, la intervención del Estado se legitima cuando los costes marginales privados de producción del bien tienen unos beneficios marginales sociales ilimitados en el tiempo. Esto nos lleva a interpretar que los beneficios marginales sociales del establecimiento de una lengua son superiores a los costes marginales privados de su codificación.

En cuanto al derecho de propiedad, la lengua no pertenece a ningún individuo concreto por lo que se puede definir como un recurso de propiedad común. Esto significa que sus servicios son utilizados tanto en la producción como el consumo. El mercado lingüístico se caracteriza por una intransferibilidad extrema, es decir, existe una ausencia completa de la capacidad de transferir cualquiera de los derechos de propiedad asociados con la lengua, salvo el alquiler del servicio.

En el mercado lingüístico no existe un único idioma ni todos los individuos comparten la misma lengua. En esa situación de diversidad lingüística cualquier individuo puede consumir la cantidad total del idioma que desea por lo que el idioma es considerado un bien público opcional. En este sentido, autores como Laitin (1988) o Grin (1990) han puesto de manifiesto la importancia que tienen las estructuras lingüísticas (número de hablantes, recompensas del uso de la lengua, etc.) en las estrategias de elección individual y, por tanto, en la supervivencia y uso de los idiomas. Sala (1998)⁵⁰ afirma que la intervención del Estado es necesaria para mantener los idiomas minoritarios ya que las “fuerzas de mercado” los harían desaparecer.

⁵⁰ Citado en Alarcón, A. (2004)

Las intensas transformaciones tecnológicas afectan fundamentalmente a los sistemas de comunicación y estos a los procesos de comunicación que son básicos para la articulación social, cultural e, incluso, para las personalidades individuales.

La modernización basada en las nuevas tecnologías de producción origina un proceso de creación de mayores comunidades de intercambio en las que la heterogeneidad lingüística genera un problema de organización de los intereses lingüísticos derivado del surgimiento de un intercambio entre individuos alejados hasta ese momento.

El crecimiento de los mercados, de las industrias y las ciudades se ha visto acompañado por un proceso de asimilación en el que ha resultado fundamental la movilización social para mantener la diferenciación nacional. En este proceso, la alfabetización y la comunicación de masas ha sido un elemento fundamental.

La homogeneización cultural y la lingüística, en particular, contribuyen al progreso económico de la sociedad y la movilidad social del individuo⁵¹, existiendo una relación estrecha entre lengua y modernización. La interdependencia en una organización mayor a la tradicional exige alguna forma de homogenización lingüística.

El idioma sería a la sociedad moderna, lo que la moneda es a la economía: el medio universal de intercambio. La unidad lingüística puede ser la más preciada posesión de una nación moderna en la sociedad industrial.

Según Gellner (1988), la sociedad industrial necesita de la a homogeneización de los individuos para su intercambiabilidad o movilidad social. De esta manera, la industrialización de una sociedad se llevará a cabo bajo una serie de características comunes de la población. Sus miembros deben ser móviles y estar preparados para realiza actividades diversas, por lo que las comunicaciones deben realizarse a través de unos medios lingüísticos y escritura comunes y estandarizados. En la sociedad industrial, el Estado se constituye como punto de encuentro entre lo político, lo económico y lo lingüístico.

Los beneficios de la homogeneización lingüística sobre la economía han sido analizados desde muchos puntos de vista. Por ejemplo, la elevada correlación entre crecimiento económico y las

⁵¹ Gellner (1988)

pautas sociolingüísticas homogéneas aparejadas a la modernización halladas por Fishman (1979).

Sin embargo, encontramos autores como Arcand (1996) que afirma que no existen justificaciones teóricas válidas para argumentar a favor o en contra de la especialización o diversidad lingüística como óptimas para promocionar el crecimiento económico.

Por otro lado, si se acepta la correlación positiva entre homogeneización lingüística y crecimiento económico, surgiría el debate de que lengua escoger.

Breton (1978) destaca como objetivo principal de las políticas lingüísticas, desde el punto de vista económico, el favorecer a los miembros de una determinada etnia o nacionalidad. Se convierte al idioma de esa nación en el idioma oficial y en un bien capitalizable en el mercado de trabajo.

Los idiomas son formas de capital humano también usadas para negociar bienes sociales y beneficios. Su valor se manifiesta como recurso económico, pero también, como instrumento de integración socio-política. El inglés se ha asociado con el poder económico y las minorías lingüísticas que han decidido adoptarlo han mejorado sus oportunidades en la integración económica de la sociedad norteamericana⁵².

Las externalidades de red de la lengua también inciden sobre la valoración de las políticas lingüísticas a las que hay que incorporar la rentabilidad y el coste social que se deriva de ellas, además del componente privado de los beneficios y costes. François Grin y François Vaillancourt (1999), desarrollaron una metodología para analizar los costes y beneficios derivados del uso de una u otra lengua para fines educativos.

El tema de la diversidad lingüística despierta un interés creciente en todo el mundo y, también en España, *en línea* al revelarse la lengua como un elemento identitario. A nivel de Unión Europea, las implicaciones económicas de la pluralidad lingüística cobran mayor interés económico y práctico a medida que se incorporan nuevos países. Jonathan Pool (1996) ya estudió las condiciones para un “régimen lingüístico óptimo dentro de la Unión Europea, a la

⁵² Breton (1998)

vista de que el aumento lineal de países provoca un incremento exponencial de los costes de traducción e interpretación en la burocracia europea”.

Según Grin (2003) este fenómeno genera una percepción subjetiva de aumento de la diversidad lingüística internacional que se contrapone con otra percepción, quizás más objetiva, de uniformización lingüística en todo el mundo en torno al inglés reforzada por la globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación a través, sobre todo de Internet.

Geoffrey Nunberg (2001), tras constatar la importante presencia del inglés en la Red, va más allá de la consideración del número de hablantes de una lengua y plantea la importancia del *porqué* y el *cuándo* se habla; lo que la lengua significa para ellos en términos de *identidad social* en relación al conjunto de variables socioeconómicas (y hasta geopolíticas) de la comunidad lingüística de que se trate. El autor sostiene que «los hablantes de lenguas *principales* no tienen que dejar sus vecindades lingüísticas para consultar un periódico o una enciclopedia *en línea*; para buscar casa o trabajo; para participar en discusiones sobre horticultura; o para comprar billetes de avión, libros, perfumes, muebles o *software*».

La externalidades de red de la lengua se multiplican con el desarrollo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, que también son *de red* y aumentan la intensidad y expanden el ámbito geográfico de las interacciones entre los seres humanos. Esto provoca una tendencia hacia una reducción del número de lenguas «dominantes» en el mundo (reducción, que no imposición de una única *lingua franca*), y también, de un modo no contradictorio, una mayor demanda de trabajadores bilingües⁵³.

c. Valoración económica de las políticas lingüísticas

El grado óptimo de gasto público en políticas lingüísticas, bajo el supuesto de que los beneficios aumentan con el gasto a una tasa decreciente mientras que los costes lo hacen a una tasa creciente, se encuentra en la aplicación de la regla de oro de la “maximización del beneficio” neto que llevaría a un gasto óptimo⁵⁴. Es aquí donde empiezan las dificultades para

⁵³ Harris, R. G. (1998).

⁵⁴ Grin, F. (2003)

valorar los beneficios y costes derivados de la política lingüística⁵⁵, especialmente en los que no pasan por el mercado.

En el análisis de los beneficios y costes de cualquier política lingüística encontramos un componente privado –y de mercado– que puede ser evaluado como lo hace la Economía en otras áreas de la intervención pública (del Estado central o de otras administraciones territoriales, como sucede en España).

En ese recuento de beneficios y costes privados de la lengua hay uno que tiene gran importancia⁵⁶: siendo la lengua una tecnología incorporada a los individuos (al modo en que la tecnología lo hace a veces en las máquinas y, de ahí, forma parte del capital tecnológico) la destreza lingüística no puede dejar de ser considerada como parte del capital humano y, por tanto, susceptible del mismo tipo de valoración económica que la Economía de la educación hace de la inversión en formación.

II.2.6 Valor de uso y valor de cambio de una lengua

Es difícil valorar el idioma de la misma forma que las mercancías clásicas ya que no tiene mucho que ver con el resto de factores de producción. Los idiomas son inagotables y lo que es escaso es la capacidad humana para acumular capital lingüístico. Por otro lado, el idioma es una forma social de intercambio, como el dinero, que dificulta la definición de su “valor de uso” y “valor de cambio”.

El “valor de cambio” se crea a través de sucesivas valoraciones subjetivas individuales que convergen en una apreciación intersubjetiva de mercado, denominada precio. En la dimensión privada de los idiomas, el único precio que se paga es el precio de adquisición para incorporarlo al trabajador y el precio de alquiler que paga el empresario cuando contrata capitales lingüísticos.

A nivel público, los costes de la inversión lingüística son presupuestariamente considerables a través de la formación de las personas en las instituciones educativas formales y por el mantenimiento de la utilidad de los idiomas.

⁵⁵ Grin, F. (2004)

⁵⁶ Jiménez, J.C (2006)

Como en el caso del dinero, el valor de cambio de una lengua se establece, por un lado, a través de un sistema colectivo de interdependencia en la compatibilidad y, por otro, en relación a medios alternativos, otros idiomas u otras monedas, con los que es posible el intercambio, la comunicación en el caso de la lengua. Si el valor de cambio se establece colectivamente mediante el patrón que comparte una comunidad, el valor de uso es individual.

Según Colomer (1996), el paradigma económico intenta integrar la cuestión lingüística bajo la concepción del lenguaje como instrumento de comunicación con un “valor de cambio” y como herramienta de expresión y cultural con un “valor de uso”.

Estos valores son susceptibles de ser identificados y ordenados por los individuos en base a sus preferencias. Estas preferencias hacen que el idioma sea considerado como objeto de elección en el sentido microeconómico. Con sus decisiones sobre el uso de los idiomas, cada persona persigue objetivos racionales.

Estas decisiones dependerán de las competencias lingüísticas de la persona en cada idioma y de los resultados esperados (mejorar su situación profesional o preservar el patrimonio lingüístico-cultural).

En la esfera macroeconómica, una política lingüística es una decisión que comporta una serie de incentivos para el uso de los idiomas:

1. crea capital colectivo a través de la estandarización y regulaciones (gramática, diccionarios).
2. induce usos lingüísticos en las relaciones privadas a través de la de Administración Pública, los medios de comunicación públicos y las normas colectivas de comportamiento lingüísticos.

Este autor parte del concepto, cuestionado⁵⁷, de que todas las leguas son igualmente válidas en el sentido de que se puede hablar de todo en todas las leguas, es decir, todas serían intercambiables.

⁵⁷ Ybarra (1998) indica la relación entre lenguas y modos de producción. La UNESCO, citado en Vidalot (1981), afirma que hay idiomas que no están preparados para la tecnología y la burocracia del mundo actual.

La inversión lingüística en determinados capitales lingüísticos vendrá determinada por la apreciación subjetiva que los individuos hagan de los recursos presentes en una comunidad lingüística, esto es el valor de uso otorgado. Según Jiménez (2006) será el valor de uso agregado de los idiomas lo que determinará la apreciación intersubjetiva o valor de cambio futuro de un determinado idioma. El valor de cambio puede interpretarse como el resultado de la apreciación intersubjetiva del valor de uso.

Para intentar predecir la evolución futura de los idiomas se puede partir de la identificación de los intereses de los individuos sin olvidar que la apreciación que hacen los individuos, a su vez, está condicionada por la distribución social de los idiomas y por las lógicas inherentes a los idiomas, como son las externalidades.

El **valor intersubjetivo** es el resultado de una determinada apreciación o depreciación de los recursos a los que da acceso la lengua como consecuencia de las valoraciones individuales. Esto nos lleva a entender la estructura lingüística como propiedad del sistema social (que da un valor de cambio a cada idioma) donde cada individuo valorará de forma diferente la utilidad que le proporciona cada una de las lenguas (valor de uso).

Según lo expuesto, a los idiomas le pueden ser atribuidos diferentes tipos de valor. Jiménez (2006) concreta estos en tres grupos:

1. **Valor de cambio** de los idiomas centrado en la forma y **tamaño de los grupos** lingüísticos.
2. **Valor de cambio** como **función de los recursos** de los grupos lingüísticos.
3. **Valor de uso** centrado en la **utilidad** de uso de un determinado idioma.

Valor de intercambio en función del número de miembros del grupo lingüístico:

Los idiomas con mayor potencial tienden a operar como monopolios⁵⁸ pues favorecen la generación de externalidades de red que hacen que sean los preferidos por los agentes en la capitalización. Es decir, la extensión de la red lingüística genera economías de escala⁵⁹ o un “efecto furgón de cola”.

⁵⁸ Car, 1976 y Katz & Shapiro (1986)

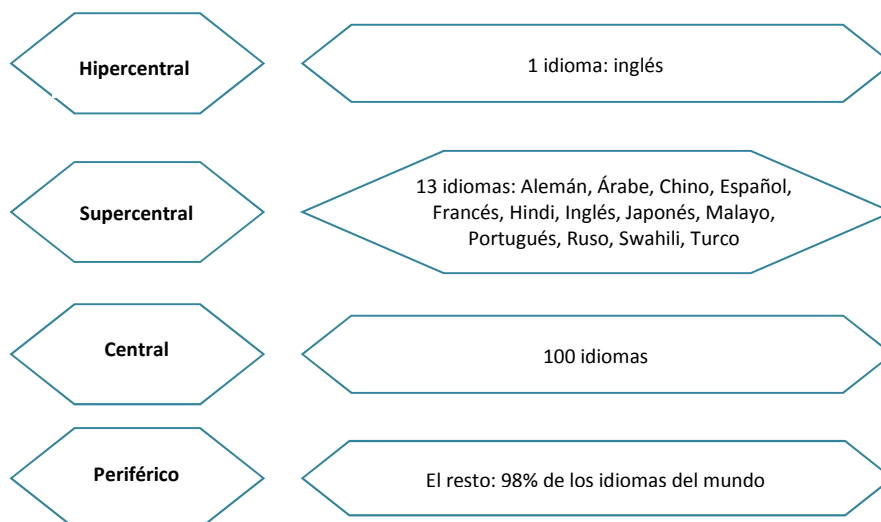
⁵⁹ Church & King, 1993

Los idiomas poseen las características de los **bienes hipercolectivos**, es decir, son bienes colectivos cuyo mayor uso reporta beneficios superiores a los miembros de la colectividad lingüística. Esto significa que cuanto mayor es el número de hablantes de un idioma, mayor es el valor de comunicación para cada hablante. Este valor de comunicación es definido por Abram de Swaan como Q-value.

De Swaan⁶⁰ realiza una clasificación jerárquica de los idiomas del mundo en función de su papel social a gran escala para sus hablantes:

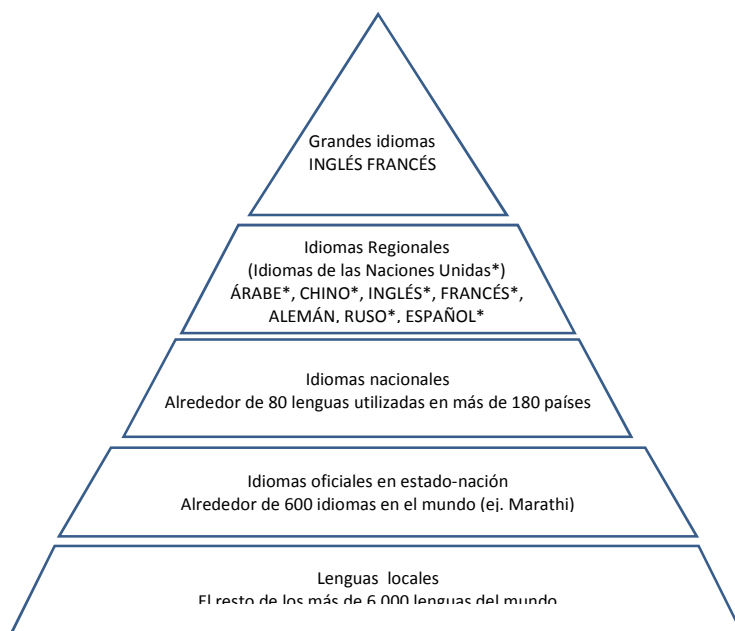
- **Lenguajes hipercentrales:** que también conectan lenguajes supercentrales. De Swaan considera el inglés como el único lenguaje hipercentral.
- **Lenguajes supercentrales:** lenguajes muy ampliamente hablados que sirven como conectores entre hablantes de lenguajes centrales. De acuerdo con de Swaan, estos serían doce: alemán, árabe, chino, español, francés, hindi, inglés, japonés, malayo, portugués, ruso y suajili.
- **Lenguajes centrales:** lenguajes ampliamente hablados.
- **Lenguajes periféricos:** el resto. Lenguajes que han sido marginados por las lenguas supercentrales con el propósito de mejorar sus facilidades de comunicación. Además de ser lenguas con una cultura única, en su mayoría no tienen reconocimiento ni difusión por parte de los países y regiones donde las hablan.

Gráfico 1 Clasificación jerárquica de lenguas en función de su papel



Fuente: De Swaan, A. (2001)

⁶⁰ de Swaan, Abram (2001). *Words of the world: the global language system*. Malden, Mass.: Polity Press.



Fuente: De Swaan, A. (2001)

De Swaan crea un indicador del valor comunicativo de los idiomas, Q-value, calculado en función de la posición que estos ocupen en su sistema.

$$Q_i = p_i \times c_i = \left(\frac{P_i}{N^S} \right) \times \left(\frac{C_i}{M^S} \right)$$

i: idioma

S: constelación a la que pertenece el idioma

Q_i = el valor comunicativo para el lenguaje i

p_i = prevalencia

c_i = centralidad

P_i: número de hablantes competentes en el idioma i

N^S: número total de hablantes de la constelación S

C_i: número de hablantes multilingües que hablan el idioma i

M^S: número de hablantes multilingües de la constelación S.

En consecuencia, un lenguaje periférico tiene un bajo Q-value y los Q-values aumentan en función de la posición del idioma, de forma que el Q-value de Idioma hipercéntrico es el más alto.

Este sistema ayuda a entender las decisiones lingüísticas basadas en maximizar el potencial comunicativo (valor de comunicación) pero no las vincula a intereses concretos que pueden encontrarse en determinadas comunidades lingüísticas minoritarias (valor de uso).

Valor en el intercambio en función de la propiedad y la distribución de los recursos:

Según Marschak (1965), “los idiomas que sean más eficientes sobrevivirán, definiendo la eficiencia lingüística como la habilidad de transmitir determinada cantidad de información en menos tiempo que otro. De acuerdo a este criterio, la maximización de los recursos se produce cuando los idiomas preferidos por los individuos sean los que cuenten con menores costes comunicación-transacción. Esto confiere un valor a los idiomas más allá del número de hablantes, en función del ahorro de tiempo. La aplicación exclusiva de este criterio a la hora de considerar la elección de un idioma por parte de un actor racional parece dudosa.

El valor de cambio de un idioma surge de la interacción de la oferta y la demanda de bienes y servicios vinculados al idioma: literatura disponible, adquisición de ciudadanía, acceso a un puesto de trabajo, etc.

Una comunidad lingüística dispone de una determinada riqueza a la que solo se puede acceder mediante el capital lingüístico. Los textos escritos serían la forma más evidente. El valor de cambio será mayor cuanto mayor sea el número de recursos que dependan del idioma i y será igual a cero cuando no haya recursos a los que se acceda a través de ese idioma.

Por tanto, el valor de intercambio de un idioma dependerá del número de hablantes y de los recursos dependientes de ese idioma (comercio, trabajo, cultura, literatura, etc.)

Valor de uso o valor para extraer utilidad de los recursos:

La determinación del nivel de competencia lingüística en un idioma es fundamental para determinar su valor de uso. La satisfacción obtenida por un individuo con el uso de la lengua materna se supone superior al proporcionado cuando se expresa en otro idioma diferente.

Colomer (1991) justifica este hecho de la siguiente manera: “toda persona tiene un nivel inferior o igual de competencia en su segundo idioma que en su primera lengua, por ello podemos asumir que la utilidad individual generada por el uso de la primera lengua no es inferior a la del segundo idioma”. En otras palabras, existe una desutilidad por el uso del segundo idioma.

El valor de uso de los recursos está afectado por la escasez de idiomas en el repertorio individual. Un individuo con un capital lingüístico limitado a un idioma no obtendrá utilidad de los recursos pertenecientes a otras comunidades lingüísticas.

Por otro lado, más allá de la satisfacción cultural o la preservación de la identidad lingüística, los actores pueden obtener utilidad individual del uso de una lengua en función de la interacción directa con otros agentes y de su relación con los recursos. Por ejemplo en la elección por parte de un político del idioma que utilizará en un discurso para pedir el voto vendrá determinado por la necesidad de extraer un mayor número de votos. La posibilidad de pronunciar el discurso es un recurso del que el político extraerá mayor o menor utilidad en función de su elección del idioma.

II.3 APROXIMACIONES Y REFLEXIONES SOBRE EL VALOR DEL ESPAÑOL

II.3.1 Trabajos realizados sobre la lengua española

La producción de trabajos sobre la lengua española en el campo de la Economía de la lengua ha experimentado un auge importante durante los últimos años, con un punto de inflexión en 2006 gracias al proyecto “El valor económico del español” promovido por la Fundación Telefónica.

Este proyecto cuenta con 14 monográficos sobre diversos temas y en él han participado investigadores relevantes que han realizado un importante número de aportaciones.

Pasamos a enumerar cada una de estos trabajos por orden cronológico inverso, es decir, del más actual al más reciente.

- *El futuro del español en Estados Unidos: La lengua en las comunidades de migrantes hispanos*

José Antonio Alonso, Jorge Durand y Rodolfo Gutiérrez (Mayo de 2014)

En este trabajo, profesores de origen latino ubicados en universidades estadounidenses, analizan diversas variables y factores que pueden estar influyendo en la vitalidad actual del español y su efecto en tendencias futuras del español como segunda lengua norteamericana.

Estados Unidos es en la actualidad el segundo país con mayor número de hispanohablantes, esencialmente, de origen emigrante.

La evolución del español como lengua vida en este país se considera un importante respaldo a la fortaleza del español en los escenarios socioeconómicos internacionales.

- *El español, lengua de comunicación científica*

José Luis García Delgado, José Antonio Alonso, Juan Carlos Jiménez (coords.)(Noviembre de 2013)

Con este estudio se trata de determinar el peso del español en la comunicación de los resultados de investigación científica que se realizan en países hispanohablantes a través de su presencia en el contexto científica internacional.

Tras la caracterización del español como lengua de comunicación científica y tecnológica que se recoge en el primer bloque, se recopilan los puntos de vista de un grupo de expertos que complementan este papel de la lengua española.

- *El español en las relaciones internacionales*

Javier Rupérez y David F. Vitores (Septiembre de 2012)

En esta obra se realiza un recorrido sobre los hispanohablantes del mundo, la presencia del español en foros y organismos internacionales y las perspectivas de futuro del español en el mundo globalizado.

- *Valor económico del español*

José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez (Marzo de 2012)

Esta obra constituye la última de la serie de 10 monografías inicialmente previstas en el proyecto “El valor económico del español”. Este trabajo se concibe como balance y recapitulación de las principales aportaciones de los trabajos previos e incorpora una serie de consideraciones y propuesta para realizar una política de proyección internacional del español.

- *El español en los flujos económicos internacionales*

Juan Carlos Jiménez y Aranzazu Narbona (Septiembre de 2012)

Aquí se realiza una aproximación del rol del español como nexo entre los más de cuatrocientos millones de hablantes y como esto se traduce en niveles de intercambio comercial y de inversiones entre los países hispanohablantes.

- *Economía de las industrias culturales en español*

Manuel Santos Redondo (Septiembre de 2011)

Las industrias culturales representan uno de los sectores de actividad que usa la lengua como input. Se caracterizan por un importante peso en la economía en términos de PIB y creación de puestos de trabajo cuyo mercado de potenciales consumidores directos está constituido por la comunidad global de hispanohablantes. En este trabajo se analiza el funcionamiento de estas industrias entre las que se incluye el cine, teatro, literatura, etc.

- *Lengua y Tecnologías de la Información y las comunicaciones*

Cipriano Quirós (Agosto de 2010)

En esta trabajo se profundiza sobre la presencia de las distintas lenguas en Internet y su relación con el desarrollo de la Sociedad de la Información en los países en las estas son habladas.

- *El español en la red*

Guillermo Rojo y Mercedes Sánchez (Abril de 2010)

En este volumen se abordan los aspectos más representativos de la presencia del español en la red y la generalización Internet. En él se analizan las implicaciones de Internet sobre la dinámica de las lenguas y se presentan las estadísticas más importantes de la red en los países hispánicos incluida la cuantificación de la presencia del español en la red.

- *Emigración y Lengua. El papel del español en las migraciones internacionales*

José Antonio Alonso y Rodolfo Rodríguez directores (Febrero de 2010)

En este estudio se aborda el efecto del español en los procesos de decisión y en el impacto laboral y social de los emigrantes. Para ello se abordan las realidades de los latinos residentes en Estados Unidos y los inmigrantes asentados en España.

- *Las Cuentas del Español*

Francisco Javier Girón y Agustín Canadá (Octubre de 2009)

En este trabajo se aborda el aspecto de la cuantificación del peso económico del idioma español en términos de PIB y empleo generados en la economía española durante la última década.

- *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera*

Miguel Carrera Troyano y José J. Gómez Asensio (Junio de 2009)

En este trabajo se aborda el análisis de la enseñanza del español como lengua extranjera desde una perspectiva económica tratando de cuantificar los aspectos más significativos de este sector de actividad.

- *Caminos del español. Miradas al horizonte de una lengua común*

Varios Autores (Diciembre 2008)

Esta publicación recoge una serie de artículos extraídos de diferentes intervenciones relacionadas con “el valor del español”. En ellos se aportan reflexiones diferentes sobre el pasado, presente y futuro del español como patrimonio lingüístico común.

- *Economía del español. Una introducción*

José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez (Diciembre de 2007 y 2008)

Esta investigación pretende cuantificar la actividad productiva y/o de intercambio que encuentra en la lengua algún soporte significativo.

- *Atlas de la lengua española en el mundo*

Francisco Moreno y Jaime Otero (Diciembre de 2007)

En este monográfico, que inició la serie, se muestra de forma gráfica y amena la situación del español dentro de la riqueza y diversidad del universo de las lenguas. En él se utiliza el soporte de la imagen a través de mapas, figuras y mapas acompañados de texto concisos para mostrar la distribución espacial y las tendencias demográficas de los hispanohablantes en el mundo.

Hasta 2006, fecha en la que arranca el proyecto de la Fundación Telefónica, la mayor parte de los trabajos sobre la Economía del español se pueden enmarcar en dos ámbitos bien diferenciados:

1. La valoración de los costes y beneficios del bilingüismo desde una perspectiva autonómica
2. La valoración económica de la lengua española desde una perspectiva contable utilizando la Contabilidad Nacional.

Se trata de estudios descriptivos de gran utilidad para profundizar en el conocimiento de algunas de las características económicas de los principales sectores vinculados a la lengua: principalmente la edición y la enseñanza del español.

En «Las multinacionales españolas de la educación» (Iñigo Moré, 2005), se subraya la importancia del sector docente privado en la internacionalización de la formación en español, no solo a través de los cursos de español para extranjeros, sino también por algunas *multinacionales* educativas como la institución internacional SEK, con sus colegios y universidades y de algunas escuelas privadas de negocios españolas (Instituto de Empresa, IESE y ESADE encabezan los principales *ranking* internacionales).

José Antonio Millán (2000/2001), realizó una «estimación económica» de lo que movían al año estas actividades en 2000: unos 3.000 millones de euros (cerca del 0,5 por 100 del PIB español de ese año).

Estas aproximaciones sectoriales se complementan con algunas de las que aparecen en el número monográfico de la revista *Información Comercial Española* (núm. 792, junio-julio de 2001) dedicado a la Economía de la cultura.

Además encontramos los trabajos de Josep Colomer en el decenio de 1990 o el del sociólogo Amado Alarcón (2004), ambos referidos a Cataluña.

Entre las contribuciones internacionales tenemos que referimos a dos de los más reputados especialistas de la Economía de la lengua: *Grin* y Vaillancourt (en particular, su trabajo conjunto de 1999 sobre la evaluación coste-efectividad de políticas que tienen que ver con lenguas minoritarias). Estiman, para 1997, en 133 euros por estudiante y año el coste de la política lingüística desplegada en el terreno de la educación en apoyo del euskera (gastos en formación de profesores, en producción de materiales docentes y gastos generales de tipo *institucional* incluidos). Esto significa, dado el coste medio por estudiante y año de la enseñanza en España (2.800 euros), que el coste extra de un sistema educativo bilingüe es, en este caso, de apenas el 5 por 100 (parecido a cálculos referidos a otros casos estudiados). No les parece mucho (y creen, además, que los gastos de formación del profesorado serán lógicamente decrecientes).

La gran contribución española –y en español– a la Economía de la lengua fue el trabajo dirigido por el profesor Martín Municio sobre *El valor económico de La lengua española*, posteriormente fue revisado por sus colaboradores Francisco Javier Girón y Agustín Canadá en 2009 en el trabajo monográfico “Las cuentas del español” de la Fundación Telefónica.

Como línea complementaria dentro de la *Economía de la cultura*, se encuentra el trabajo encabezado por Isabel García Gracia y auspiciado por la SGAE, centrado en la cuantificación de la dimensión económica (nacional, regional y sectorial) de las industrias del ocio y la cultura que generalmente se suponen relacionadas con la lengua.

Francisco González Cueto, Ana Moreno Santamaría (2001)⁶¹ y José Antonio Millán (2001)⁶² manifiestan las dificultades de información y metodológicas que presenta la medición de la presencia de una lengua en la Red. Con sus datos resulta que en la presencia en la Red del inglés y del español es 10 a 1, aproximadamente (el inglés tenía cerca del 50 por 100 de las páginas y el español en torno del 5 por 100). Siendo el español la lengua que encabezaba el pelotón de seguidores su presencia relativa ponderada por el número de hablantes era muy inferior a la del francés (la mitad) o el italiano (la tercera parte).

Guillermo Rojo y Mercedes Sánchez (2010) incidían de nuevo en la dificultad de acceso información estadística sobre el uso de las lenguas en la red y obtienen como resultado que el español ocupa la tercera posición mundial en la Red -tras el inglés y el chino.

A pesar del desequilibrio con las otras dos lenguas mayoritarias en la Red, la comunidad hispanohablante en Internet se ha incrementado de forma importante en los últimos años.

II.3.2 Reflexiones sobre el valor del español

Juan Carlos Jiménez se plantea la dimensión dinámica en el análisis de los idiomas. Se interroga sobre lo que significa el *valor económico* de una lengua en comparación con otra. Es decir el peso de un idioma en la economía del país de origen. Ante la pregunta sobre ¿dónde está el valor del español, si su peso en la economía española es el mismo que el peso de, por ejemplo, el polaco en la economía de Polonia? Jiménez (2006) relaciona esta idea con el concepto de renta diferencial (o ricardiana) enunciada en 1817 por el economista clásico David Ricardo. Para Ricardo, dos minas pueden tener un valor distinto en función de sus condiciones naturales (suelo más rico, mejor ubicación). En base a esto, Jiménez indica que se puede determinar la *renta diferencial* de dos o más lenguas en función, entre otras características, de su amplitud y difusión, y que estas pueden rendir beneficios distintos denominados *beneficios extraordinarios* en el caso de quien «posee» la más ventajosa.

Este autor indica que para contabilizar la auténtica ***renta diferencial del español*** hay que tener en cuenta, al menos, tres aspectos de su dimensión económica que solo en parte (y, en todo

⁶¹ González, F y Moreno, A. (2001). La lengua española y la cultura en español en Internet. Aproximación a su estudio. Economía industrial.

⁶² Millán, J.A. (2001). Internet y el español. Biblioteca Fundación Retevisión. Madrid

caso, en una parte indistinguible desde el punto de vista de la Contabilidad Nacional) se traducen en las cifras agregadas de PIB:

1. *El español en el comercio internacional de bienes y servicios*: ¿Cómo explicar, por ejemplo, que España, en términos relativos a su nivel de exportaciones totales, sea el país europeo que más exporta a Iberoamérica (a pesar de que, volcada hacia Europa, esta región represente un porcentaje muy modesto, en torno del 3 ó 4 por 100 del comercio exterior español)?
2. *El español en los flujos internacionales de capital*: ¿Cómo explicar que Iberoamérica llegara a concentrar, a lo largo del decenio de 1990, cerca del 60 por 100 de los flujos netos de inversión directa española de estos años en el exterior, llegando a constituirse en el primer inversor mundial en algunos de estos países?
3. *Y el español en las corrientes migratorias*: ¿Cómo explicar que dentro del proceso de inmigración masiva hacia España, los procedentes de Iberoamérica, hayan llegado a representar casi el 40 por 100 de los extranjeros empadronados?

Estos elementos nos llevan al concepto de «distancia psicológica». La lengua puede ser una importante *ventaja competitiva* para los individuos y empresas que la comparten además de un medio esencial para la *internacionalización* económica, con todos los efectos dinámicos que ello trae consigo.

El autor incorpora la idea que los cálculos sobre *el valor económico del español* referidos a una macromagnitud –el PIB a precios de mercado, como suma, desde una óptica *del producto*, de valores añadidos sectoriales *dentro* del país– consiguen reflejar el valor de la lengua como *renta* para los factores productivos nacionales.

Según él, habría que trabajar sobre un producto o renta *nacional* valorado a coste de factores (precios básicos) como suma de la remuneración de los asalariados y de las rentas de la propiedad y de la empresa percibidas en ambos casos por los factores residentes en el país (aunque sea en el extranjero).

Medir lo que vale el español para los que aportan su trabajo en España y lo que vale en términos de beneficios, dentro y fuera de España para las empresas residentes en el país, permitiría acercarnos al verdadero valor del español.

François Grin, en un artículo publicado en la *World Englishes* - «El inglés como valor económico: hechos y falacias» - se planteaba tres preguntas básicas: ¿Tiene el inglés valor económico? Si es así, ¿cuánto? Y ¿Cómo podemos saberlo?

Con independencia de sus respuestas sobre el valor del inglés en Suiza, interesa el consejo final de François Grin aplicable a cualquier lengua: «En suma, el mensaje esencial que un economista de la lengua puede dar se encierra en una sola palabra: ‘¡Cuidado!’». La cuestión del valor económico del inglés (y del español) es de gran complejidad, y las cuestiones sobre la dinámica de la lengua están lejos de haber sido completamente dilucidadas».

Siguiendo a Juan Carlos Jiménez, llegamos a una última **reflexión**: la Economía puede ser útil, en relación al «valor» de la lengua –y, en concreto, del español–, para pasar de la retórica a los hechos. La máxima de Lord Kelvin (físico y matemático británico del XIX) a la que alude de que «medir es conocer» ha estimulado avances muy considerables en el conocimiento científico dentro de las Ciencias Sociales. Cuantificar permite mejorar las valoraciones y ayuda a la toma de decisiones correctas (o más deseables): «Lo que no puede medirse, tampoco puede mejorarse», como dijo el propio Lord Kelvin. La «caja de herramientas» que es la Economía, según el Premio Nobel John R. Hicks, puede suministrar instrumentos útiles en el dominio del estudio del comportamiento y las relaciones humanas en relación con la lengua.

Del mismo modo que el medio ambiente natural (constituido también por bienes de naturaleza pública, de carácter frecuentemente intangible y con fuertes externalidades) puede ser examinado desde una perspectiva económica, la lengua admite un análisis no menos *convencional* en sus métodos y enfoques, aunque abierto a un conjunto de variables hasta hace poco ignoradas por la Ciencia económica.

Así pues, la lengua como gran envolvente de las relaciones humanas y principal tecnología social de comunicación –de hecho, la «materia prima del conocimiento» (Juan Cueto, 2003) –, guarda una indudable y reconocida relación con la Economía, a falta de una plena homologación científica como campo propio de la investigación económica, sin que ello le suponga renunciar a su *complementariedad* con otras disciplinas.

El equilibrio no es fácil: la Economía de la lengua no debe distanciarse del tronco central del análisis económico; y, al tiempo, debe nutrirse de otras ramas del conocimiento científico, lo cual requiere superar los recelos que tan frecuentemente aparecen en el ámbito académico.

No debe olvidarse⁶³ que en España han sido sobre todo los lingüistas los que han alertado a los economistas del valor económico de la lengua, como hizo en su libro sobre *El porvenir del español*, Juan Ramón Lodaes (2005).

⁶³ Cueto, J. (2003)

III. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LAS LENGUAS

III.1 COMPETENCIA ENTRE LENGUAS

III.1.1 Dinámicas de sustitución lingüística.

El ciclo de vida de las lenguas es dinámico y está sujeto a variaciones a lo largo del tiempo. En el pasado hemos visto lenguas que han crecido y otras que, por el contrario, han desaparecido dando paso nuevas lenguas “globales”.

La pervivencia o extinción de una lengua depende de su vitalidad. Cuanto mayor sea esta, mejores posibilidades de sobrevivir y expandirse tendrá. Algunas lenguas están viviendo un gran desarrollo (inglés, francés, árabe, español) mientras que otras pierden terreno o tienden a desaparecer. Todas las lenguas no tienen el mismo poder ni la misma fuerza de atracción. Un idioma no es dominante naturalmente, lo es porque sus hablantes son poderosos e importantes.

Según Leclerc, J (2013)⁶⁴, entre los principales factores que contribuyen a la expansión de una lengua se encuentran los demográficos, económicos, culturales y políticos. Los factores lingüísticos pueden jugar cierto papel en la medida en que los precedentes estén presentes. Solo unas pocas lenguas naturales tienen la posibilidad de experimentar una gran expansión gracias al poder y la dispersión de sus hablantes. Las lenguas artificiales como el esperanto tienen pocas opciones de difusión masiva ya que la base de su fuerza es lingüística e ideológica.

1. **Factor demográfico:** Si duda, es uno de los elementos más importantes para el mantenimiento de una lengua. Entre las variables vinculadas al factor demográfico, el número de hablantes es un determinante decisivo en el peso de una lengua. Sin embargo, el número no lo es todo y en las proyecciones hay que considerar igualmente otras variables como la fecundidad del grupo lingüístico, la capacidad de absorción de las fuerzas migratorias y la distribución geográfica de la lengua.
2. **Factor económico:** El poder económico de una lengua puede ser evaluado a partir de varias variables tales como la producción industrial, el nivel tecnológico, los intercambios internacionales, etc. La hegemonía económica de los países ricos compete por el prestigio y la difusión de la lengua y de sus hablantes. Dada la escasez

⁶⁴ Leclerc, Jacques. “L’aménagement linguistique dans le monde, Québec, TLFQ, Universidad Laval, septiembre 2013, (http://www.axl.cefan.ulaval.ca/Langues/2vital_expansion.htm)

de datos completos para evaluar el peso lingüístico en función de todos los factores económicos, los análisis se suelen limitar a tres variables: el volumen de intercambios internacionales, el Producto Interior Bruto (PIB) y el PIB por habitante.

3. **Factor político:** El poder político constituye una de las fuerzas más potentes en la vida de las lenguas. La expansión de una lengua pasa por la vinculación a un Estado. Una lengua sin Estado o Gobierno asociado es una lengua con el futuro comprometido.
4. **Factor cultural:** La potencia cultural de una lengua constituye otro factor (no económico) que puede garantizar su vitalidad. El grado de normalización, el número de libros editados, la prensa escrita, la producción cinematográfica, la emisoras de televisión, la tasa de penetración de Internet y la actividad de los internautas representan variables seguras para medir la potencia cultural de una lengua.
5. **Factor lingüístico:** el factor propiamente lingüístico está ligado a la proximidad o distancia tipológica de las lenguas y a la normalización y codificación de las lenguas. La proximidad lingüística facilita el paso de una lengua a otra, la comprensión mutua y las transferencias lingüísticas de las lenguas fuertes en detrimento de las lenguas minoritarias. Por otro lado, la codificación y la normalización de las lenguas favorecen la difusión y propagación de su aprendizaje. El hecho de que la mayor parte de las lenguas del mundo no estén ni codificadas ni normalizadas explica su débil difusión.

Según Graddol (2006) el sistema lingüístico global se encuentra en un momento de transición cuyo resultado dependerá del impacto de una serie de factores que influirán sobre las “grandes” lenguas internacionales. Para este autor, los cambios demográficos representan uno de los factores más importantes en la difusión del lenguaje y en los procesos de sustitución lingüística.

La población mundial ha crecido de forma exponencial desde el siglo XVIII. En los últimos 100 años el crecimiento demográfico ha sido especialmente importante en los países menos desarrollados por lo que el equilibrio entre los idiomas se está viendo alterando. El desarrollo demográfico viene acompañado de un cambio en la estructura de edad poblacional que influirá en los idiomas del futuro y también en la naturaleza de los servicios lingüísticos.

Por otro lado, los cambios económicos derivados de la globalización hacen que el dominio que desde la revolución industrial detentan las economías occidentales esté basculando hacia otras áreas del planeta. Aumenta el valor del trabajo intelectual al tiempo que empieza a desplazarse a países menos desarrollados como India o China, lo cual está favoreciendo la

difusión de lenguas, especialmente el inglés que se encuentra en el centro de muchos mecanismos de globalización.

Los desarrollos tecnológicos recientes son claves para el cambio de comportamiento en la demanda de las lenguas. La tecnología establece nuevos modelos de comunicación por mecanismos que tienen importantes implicaciones para los patrones de los idiomas. Las limitaciones tecnológicas *anglocéntricas* han sido vencidas y prácticamente no permiten que otro idioma sea usado en la creación de software o Internet.

Entre los medios de información, además del inglés, se están adoptando otros idiomas como el francés, español y árabe. Sin embargo, cada vez menos lenguas prosperan en Internet. El uso de los idiomas es imprescindible para las relaciones sociales y para el desarrollo de las identidades de los usuarios, ambas profundamente afectadas por la globalización.

Según Semprun (2005) a la transformación de la vida derivada de las nuevas tecnologías corresponde necesariamente una lengua universal. La acción de normalización *tecnocientífica* ha favorecido una depuración de las lenguas marcada por la simplificación y proliferación de términos técnicos. La *neolengua*, como la define el autor siguiendo a Orwell, se ve despojada de la tarea de expresar sentimientos y nociones que ya no se experimentan para ser la lengua de un mundo cada vez más artificial.

Para expresar la vida de la *era posglobal*, unas lenguas estarían mejor dotadas que otras. El idioma universal que mejor se adapta al actual contexto socioeconómico existe y, según Semprun (2005) sería el angloamericano, al que difícilmente cualquier *paleolengua* podrá arrebatarle el puesto.

El uso del inglés como idioma global se está generalizando y forma parte de un cambio sociolingüístico mayor que caracteriza a un mundo más urbano donde hay más gente rica y una clase media creciente.

La urbanización es una de las mayores contribuciones al cambio lingüístico que, junto al nacimiento de la clase media urbana en los países en desarrollo, está favoreciendo el aumento de los hablantes de inglés. Los patrones de cohesión social están cambiando con el uso lingüístico en comunidades de minorías étnicas en las que el multilingüismo no es fácil de mantener.

El sistema de lenguas del mundo se está modificando y **las relaciones entre los “grandes idiomas” cambian mientras los idiomas pequeños desaparecen**. El mundo habla cada vez más, con más personas, más distanciadas geográficamente y para ello necesita una lengua. El inglés es el idioma mejor posicionado para desempeñar este papel y, de momento, no parece que otro idioma ocupe su lugar.

Surge aquí la cuestión sobre las estrategias que puede adoptar una comunidad lingüística de peso, como sería el caso del español, para mantenerse como “gran idioma” en este nuevo panorama. Algunos autores como Lodaes (2005) piensan que no es previsible que el español gane mucho más terreno internacional del que ocupa ni que se vaya a convertir en *lingua franca* usada como código de comunicación en el exterior entre aquellos países donde no se hable. Parece que el inglés ira llenando este espacio progresivamente.

Según este autor, el español no puede aspirar a convertirse en lengua mundial sino que será lengua de zonas concretas, siendo posible que se sitúe en uno de los puestos clave de las macrocomunidades de hablantes que se están configurando en el mundo.

El crecimiento del número de nativos de español y la mejora de la imagen en Estados Unidos compensa su menor representación en Europa donde la tarea será mantenerlo como segunda o tercera lengua entre los estudiantes. En otras áreas del mundo con importantes perspectivas de crecimiento como Asia o África convendría establecer qué estrategias serían posibles para favorecer la difusión y el conocimiento del idioma español.

III.1.2 Fortalezas y posicionamiento de las lenguas

El devenir de las lenguas está marcado por las tendencias demográficas, económicas, políticas o culturales del momento por lo que realizar proyecciones de futuro es un ejercicio no libre de dificultades.

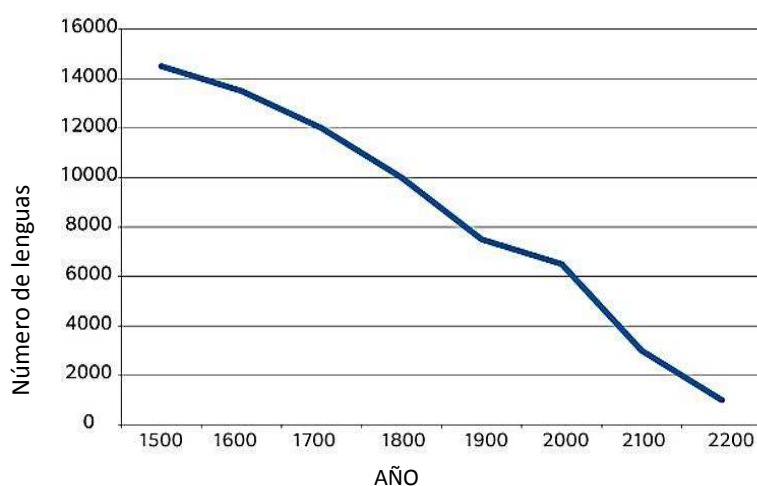
La extensión de dominios lingüísticos amplios no surge desde del desorden. El azar supone una parte pero el resto de condicionantes son fruto de las circunstancias económicas, militares, demográficas y políticas.

El intenso desarrollo de las tecnologías de la comunicación y el auge previsto, hacen que nos hallemos en un momento crucial para el devenir de las lenguas. El hecho que desde cualquier lugar del “mundo conectado” se pueda comunicar con otro punto a un coste relativamente asequible favorece una amplitud de interacciones que puede desembocar en un reposicionamiento de los idiomas de tendencias hasta ahora desconocidas.

Según Moreno y Otero (2006), existe una relación inversa entre las curvas correspondientes a la evolución del número de lenguas en el mundo (curva descendente) y la evolución demográfica (curva ascendente).

En el año 1500 se estima que el número de lenguas habladas podría estar cercano a las 15.000 y en la actualidad se calcula entre las 4.000 y las 7.000. Las proyecciones para el año 2100 prevén una reducción a la mitad hasta alcanzar la cifra de 1.000 lenguas en 2200.

Gráfico 2 Evolución del número de lenguas en el mundo



Fuente: Graddol (2006). Elaboración propia

Este proceso de reducción lingüística genera una competencia entre los “grandes idiomas” en la que el español se ha visto progresivamente favorecido gracias al desarrollo demográfico del número de hispanohablantes nativos.

Frente a este crecimiento, según Lodaes (2005), no podemos olvidar la existencia de posibles amenazas que rodean al desarrollo del español entre las que se encuentra el desarrollo de otras lenguas internacionales como el inglés o la existencia de minorías lingüísticas fuertes en todos los países hispanohablantes vinculadas a movimientos nacionalistas en España e indigenistas en muchos países de Hispanoamérica.

Cualquier colectividad lingüística tiene interés en alcanzar y mantener un crecimiento sostenido del número de hablantes de manera que el tamaño de su mercado potencial aumente progresivamente y, así, se amplíen sus posibilidades de intercambio al menor coste de transacción posible.

Esta tendencia expansiva de las lenguas, unida al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, acelera la desaparición de lenguas minoritarias y favorece la reducción paulatina del número de lenguas habladas en el mundo.

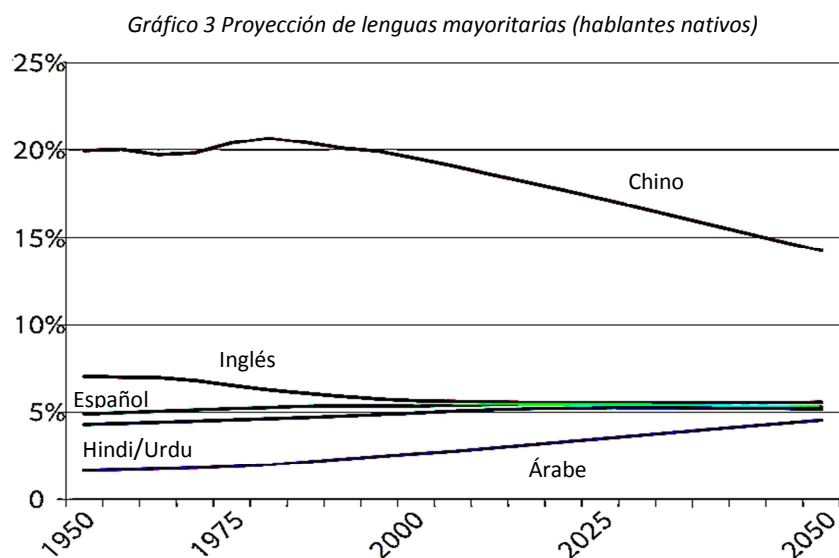
En la sociedad de la comunicación, el dominio de varios idiomas es cada vez más importante. La elección de los agentes públicos y/o privados sobre qué lengua extranjera aprender puede basarse en criterios muy diversos. El valor de uso derivado del número de potenciales hablantes es uno de los más relevantes, pero no la única razón. Existen muchos factores que influyen en la elección como son la imagen proyectada por la colectividad lingüística o la potencialidad económica del mercado al que da acceso.

Asistimos, por tanto, a un proceso de reducción de la diversidad lingüística objetiva que se manifiesta por la desaparición de las lenguas minoritarias a un ritmo cada vez mayor. Al mismo tiempo aumenta la diversidad subjetiva y cada vez son más las personas que hablan varias lenguas. En este contexto se hace necesario que los estados desarrollen estrategias y políticas para mejorar la posición de su lengua ante esta competencia internacional cada vez más fuerte.

Como hemos dicho, el azar juega un papel importante en el devenir de una lengua y dificulta la realización de predicciones sobre el panorama lingüístico futuro. No obstante, podemos afirmar que hay una serie de lenguas mejor posicionadas que otras en la competitiva carrera de la supervivencia del *mercado lingüístico posglobal*.

Atendiendo al **número de hablantes**, Ethnologue⁶⁵ realiza la siguiente proyección sobre la evolución de las lenguas mayoritarias.

⁶⁵ The Ethnologue: Languages of the world, es una publicación impresa y virtual de SIL International (formalmente conocido como Summer Institute of Linguistics). A pesar de las críticas, es una de las mayores bases de datos disponibles sobre lenguas en la actualidad. Datos consultados en septiembre de 2015.

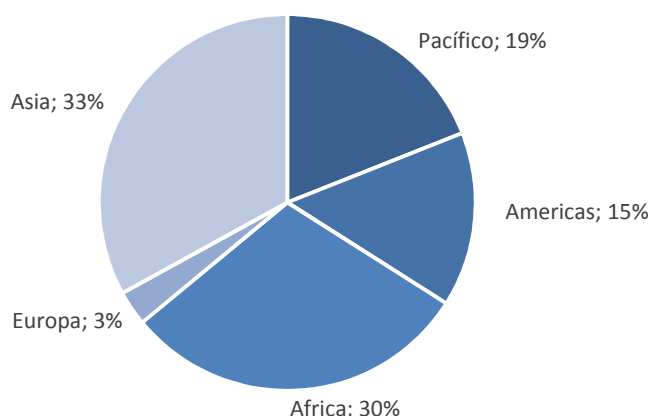


Fuente: Ethnologue. Elaboración Propia

Según esta previsión, para 2050 el chino, aunque en menor medida que hoy, seguiría siendo la lengua con mayor número de hablantes nativos. Detrás de él encontraremos un grupo de cuatro lenguas que estarían muy próximas entre sí en el número de hablantes nativos: inglés, español, hindi/urdu⁶⁶ y árabe.

En cuanto a la **distribución geográfica**, la mayor diversidad lingüística del planeta se sitúa en Asia y África, donde se encuentra más del 60% de las lenguas habladas en el mundo. Europa, por el contrario, representa el menor porcentaje de lenguas como resultado de las políticas de centralización lingüística llevadas a cabo por los estados más antiguos.

Gráfico 4 Distribución geográfica de las lenguas por continentes



Fuente: Calvet, 2011. Elaboración Propia.

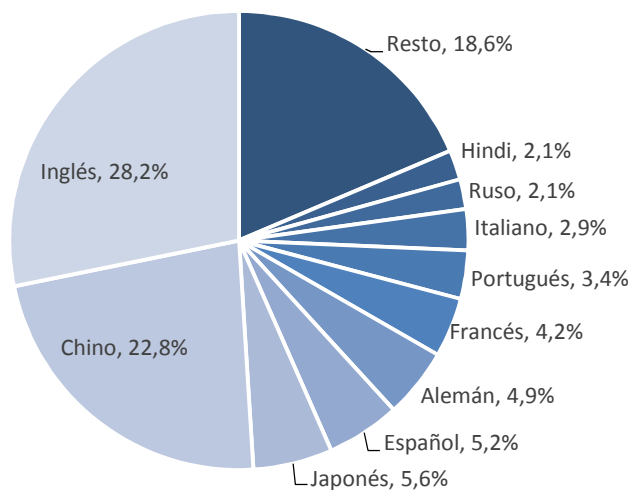
⁶⁶ Nótese que esta fuente unifica las lenguas Hindi y Urdu.

En el gráfico anterior observamos que Europa es el continente con menor variedad de idiomas debido, entre otras razones históricas, a las políticas derivadas del centralismo de los Estados Modernos.

Además del número de hablantes nativos, la relevancia en términos económicos de una comunidad lingüística se puede establecer en base a otros criterios relacionados con el potencial valor de uso de un idioma. Uno de ellos sería el PIB de dicho espacio lingüístico.

Según la proyección que realizó el Consorcio Unicode⁶⁷ para 2010, las comunidades lingüísticas de chino e inglés representarían más de la mitad del PIB mundial.

Gráfico 5 Comunidades lingüísticas en % en el PIB mundial



Fuente: www.unicode.org. Elaboración propia

Otras variables influyentes en la importancia de una lengua serían el número de países en los que la lengua es hablada, el porcentaje de traducciones o la oficialidad de la misma en organizaciones internacionales.

Mediante una ponderación de estos factores, Moreno Fernández, F (2015) ofrece un índice que ayuda a establecer un orden de importancia de las lenguas más habladas. El español ocuparía el segundo lugar de este ranking por detrás del inglés y delante del chino.

⁶⁷ <http://www.unicode.org/>.

Tabla 1 Índice de importancia de las lenguas

Pos	Idioma	Índice
1)	Inglés	0,438
2)	Español	0,333
3)	Chino	0,325
4)	Árabe	0,309
5)	Francés	0,289
6)	Ruso	0,285
7)	Alemán	0,262
8)	Japonés	0,240
9)	Italiano	0,238
10)	Sueco	0,234
11)	Malayo	0,224
12)	Coreano	0,214
13)	Portugués	0,173
14)	Hindi	0,156

Fuente: *El Español una lengua viva (2015)*

En la misma línea, Alain Calvet y Louis-Jean Calvet (2012)⁶⁸ proponen un completo sistema de clasificación de las 536 lenguas con más de 500.000 hablantes (según Ethnologue) utilizando datos recogidos en 2012 de diversas fuentes.

Calvet se basa en los siguientes factores para realizar su clasificación de las lenguas más habladas del mundo:

1. **Número de locutores:** se refiere a hablantes de lengua materna, tal como los recoge Ethnologue.
2. **Entropía:** La entropía no corresponde al número global de locutores de una lengua sino a la forma en que esos hablantes se reparten por las áreas en las cuales esta lengua es hablada. Está calculado a partir de datos de población.
3. **“Vehicularidad”:** se refiere a la relación entre los hablantes que usan una lengua como segunda y el total de hablantes de la misma. El valor 0 se refiere a una lengua en la que todos los hablantes la usan como L1 y el valor 1 sería para una lengua solo usada como L2.
4. **Lenguas oficiales:** Se refiere al nivel de reconocimiento de las lenguas por las instancias políticas de los países en las que se son habladas.
5. **Traducción lengua de origen:** Usan los datos del Index Translationum⁶⁹ de la UNESCO.
6. **Traducción lengua de destino:** Usan los datos del Index Translationum de la UNESCO.
7. **Premios literarios:** Este factor tiene como fin tomar en consideración el reconocimiento de la cultura transmitida por una lengua a través de los premios literarios obtenidos por los escritores que la hayan utilizado.

⁶⁸ <http://wikilf.culture.fr/barometre2012/>

⁶⁹ <http://www.unesco.org/xtrans/bsstatlist.aspx>

8. **Artículos Wikipedia:** Utilizan los datos obtenidos de las estadísticas de Wikipedia⁷⁰ en la fecha de realización del barómetro.
9. **Índice de Desarrollo Humano:** Utilizan los datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que publica un informe anual sobre el estado de desarrollo de diversos países del mundo⁷¹.
10. **Tasa de fecundidad:** Utilizan la misma fuente que para el Índice de Desarrollo Humano.
11. **Tasa de penetración Internet:** Utilizan los datos que publica Internet World Stats⁷² sobre el número de usuarios de Internet para todos los países del mundo y calcula una tasa de penetración en relación con la población.

Dada la heterogeneidad de fuentes y de datos a la que venimos aludiendo, los autores realizan una ponderación que permite comparar el comportamiento de cada una de las lenguas estudiadas y salir del inestable terreno del dato concreto. El sistema otorga a cada una de las lenguas un valor de 0 a 1. Correspondiendo 1 a la lengua con el valor más alto para la variable analizada y cero a la que se encuentre en última posición.

Aplicando estos cálculos se obtienen las **diez lenguas de mayor peso mundial:**

Tabla 2 *Peso mundial de las principales lenguas según Calvet*

<i>posición</i>	<i>lengua</i>	<i>puntuación</i>
1)	inglés	9,062
2)	español	7,806
3)	francés	7,733
4)	alemán	6,987
5)	ruso	6,335
6)	japonés	6,187
7)	holandés	6,138
8)	italiano	6,131
9)	portugués	5,97
10)	mandarín	5,964

Fuente: <http://wikilf.culture.fr/barometre> (2012)

El mayor o menor peso global de cada una de las lenguas estará en función de su posición relativa respecto a cada uno de los factores analizados. Entre las lenguas más habladas y

⁷⁰ http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias#Grand_Total

⁷¹ <http://hdr.undp.org/en/reports/>

⁷² <http://www.Internetworldstats.com/stats.htm>

estudiadas en el mundo, el inglés ocupa la primera posición global. Le siguen con valores similares el francés, el español y el alemán. A continuación encontramos un grupo de lenguas integrado por el ruso, japonés, holandés e italiano. Finalmente la lista se cierra con el portugués y el mandarín.

Si analizamos el comportamiento de las lenguas respecto a cada uno de los factores podemos apreciar sus peculiaridades, sus puntos fuertes y débiles en relación a las demás lenguas.

En la tabla siguiente se aprecian de forma comparada las debilidades y fortalezas de las lenguas más habladas. El inglés se encuentra en la primera posición en 7 de los once factores analizados mientras que el español lidera tres de ellos y el francés solo uno. El resto de lenguas con buena posición global no se sitúan a la cabeza de ninguno de los factores analizados.

El inglés ocupa, sin lugar a dudas, el lugar Hipercentral (siguiendo la terminología de Abram de Swaan) de las lenguas de mayor peso mundial. Si excluimos el inglés, el idioma de mayor peso global sería el español.

Por factores y sin contar con el inglés, la **lengua francesa** ocuparía el primer lugar en el estatus oficial, número de traducciones de origen y traducciones de destino. Estos indicadores están relacionados con la **política, la diplomacia y la cultura**.

El **alemán** se sitúa en la primera posición en número de artículos en Wikipedia, tasa de penetración de Internet e IDH. Indicadores muy relacionados con el **desarrollo socioeconómico y la calidad de vida**.

El **español** se situaría en el primer puesto en los indicadores relacionados con la **demografía**, como son la tasa de fecundidad, el número de hablantes nativos y la entropía.

Cada una de estas lenguas, excluido el inglés, presenta una características relacionadas con los puntos fuertes que le han hecho situarse y mantenerse entre las mejor posicionadas a nivel mundial.

Tabla 3 Clasificación de las principales lenguas según Calvet por factores

Factores	Lenguas										
	Inglés	Español	Francés	Alemán	Ruso	Italiano	Portugués	Japonés	Mandarín	Hindi	
Locutores (miles)	326.985,90	327.380,80	67.661,90	84.959,20	125.102,90	56.638,60	174.307,90	121.000,00	845.033,00	180.469,20	
Entropía	1,161	2,5	0,831	0,456	0,33	0,16	0,273	0	0,04	0,02	
Estatus oficial	70,75	20,75	35,75	8	6,75	4,5	8,5	1	4	1	
Traducción lengua origen	1.159.625	51.137	210.542	192.609	100.712	64.126	10.848	24.829	15.536	1.552	
Traducción lengua destino	144.115	229.716	239.734	292.429	83.170	64.158	72.639	124.662	49.878	3.746	
Premios literarios	101	33	39	21	11	12	9	5	5	0	
Nº artículos Wikipedia	3.850.426	837.346	1.166.939	1.301.944	779.999	860.818	701.644	774.125	383.810	100.418	
Índice desarrollo humano	0,886	0,751	0,872	0,879	0,719	0,854	0,704	0,884	0,664	0,519	
Tasa fecundidad	1,968	2,134	1,865	1,323	1,554	1,409	1,691	1,3	1,796	2,5	
Tasa penetración Internet	77,37	43,26	71	78,56	42,88	49,84	38,05	78,4	36,47	8,41	
Peso lenguas	9,062	7,806	7,733	6,987	6,335	6,131	5,97	6,187	5,964	4,656	
Tasa vehicularidad = L2/L1+L2	0,898	0,786	0,828	0,687	0,878	0,689	0,724	0,595	0,837	1	

Fuente: Barómetro Calvet de lenguas del mundo. Elaboración propia.

III.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS LENGUAS

Al no existir un organismo único que aglutine toda la información bajo los mismos criterios, nos encontramos con la dificultad de disponer de datos homogéneos. Hay, por tanto, que recurrir a fuentes variadas que ofrecen datos que no coinciden en las cifras ni en las propias definiciones.

Ya se ha citado como ejemplo el concepto de “segunda lengua” que en el contexto europeo de tradición francesa suele referirse a la lengua más hablada después de la materna mientras que, en el mundo anglosajón, se refiere a la segunda lengua aprendida en orden cronológico.

Otra divergencia que se ha mencionado es la relacionada con la agrupación de lenguas. Algunas fuentes se refieren a la comunidad lingüística china en su conjunto y otras desagregan el chino mandarín del resto de lenguas. Lo mismo ocurre con el hindi y el urdu cuyos datos a veces los encontramos desagregados y otras fuentes los consideran como una lengua única por su proximidad lingüística.

En este apartado, más que dar cifras, se pretende ofrecer una visión global sobre la posición relativa de las lenguas mayoritarias y sus peculiaridades respecto a las demás. Se trata de entender el comportamiento del español en el “mercado lingüístico” en cuanto a sus características, número de hablantes y las “elecciones” realizadas por los individuos que estudian una lengua extranjera o las propuestas de los agentes públicos que deciden la lengua extranjera que se ofrece en sus respectivos sistemas educativos.

III.2.1 Factor demográfico: Las lenguas y sus hablantes

Para estimar el peso demográfico y la evolución de las principales lenguas, la primera variable que conviene establecer es el número potencial de hablantes como indicador más relevante de su valor de uso.

Conocer el número total de interlocutores de las lenguas es difícil por diferentes razones:

- Para cada persona existe una lengua principal y eventualmente una o varias segundas lenguas cuyo número total de locutores puede no coincidir con número de personas.

- Algunos países tienen varias lenguas oficiales pero el bilingüismo no es sistemático y el país puede no tener el mismo número de locutores para ambas lenguas.
- Ningún país cuenta con la totalidad de sus habitantes hablando en la lengua oficial.
- Todos los ciudadanos originarios de un país no viven en él y no utilizan (o muy poco) la lengua natal.

Una relación de lenguas clasificadas por número de hablantes solo puede realizarse de manera aproximada. Incluso, las propuestas por los organismos oficiales presentan divergencias y siempre deben ser utilizadas con precaución.

De forma sistemática observamos que algunas lenguas aparecen en los primeros puestos de las diferentes listas de idiomas más hablados.

La propia definición del concepto “hablantes de una lengua” no se encuentra sistematizada a nivel internacional.

Siguiendo a Moreno y Otero (2006)⁷³ el grupo de usuarios potenciales de una lengua (GUP) se puede desagregar en tres categorías. La primera sería el Grupo de Dominio Nativo (GDN) a la que se une el Grupo con Dominio Limitado (GDL) y el Grupo de Aprendices de Lengua (GALE).

$$\text{GUP} = \text{GDN}^{74} + \text{GDL} + \text{GALE}$$

Dada la diversidad de fuentes, de países implicados y de lenguas existentes, es difícil disponer de datos homogéneos para conocer y comparar el número de hablantes en las distintas lenguas así como la composición de los locutores de las lenguas.

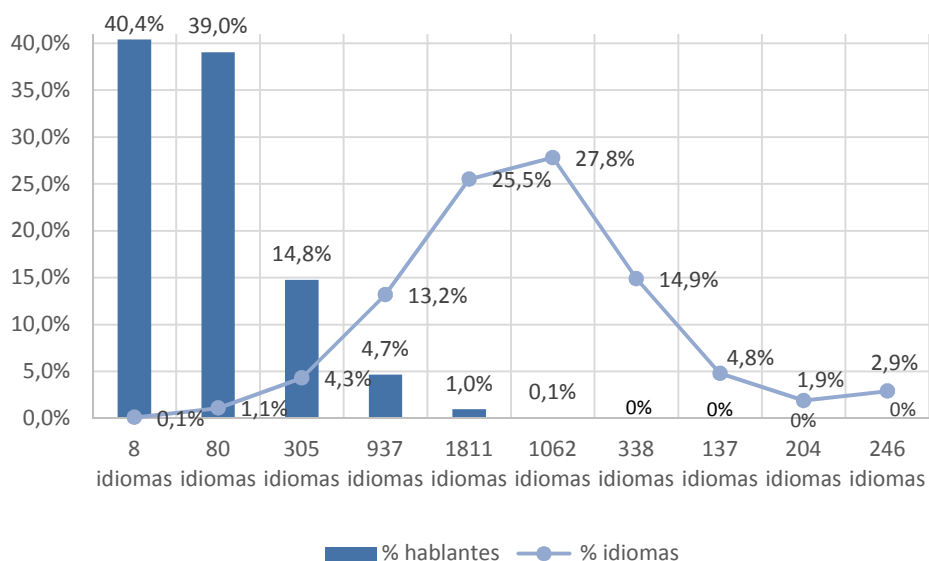
Según los datos de “Ethnologue⁷⁵”, en el mundo existen unos 7.000 idiomas. El 40% de la población mundial se comunica utilizando alguno de los 8 mayoritarios que, en conjunto, representan menos del 0,1% de las lenguas vivas del mundo. El 80% de la población se comunica con 82 idiomas (1,1% del total).

⁷³ Moreno, F y Otero, J. (2006), “Demografía de la lengua española”. Fundación Telefónica

⁷⁴ Según Moreno y Otero (2006), el GDN se refiere a la capacidad de interactuar pudiendo corresponder a personas con una lengua materna diferente que también poseen dominio nativo de otra.

⁷⁵ The Ethnologue: Languages of the world, es una publicación impresa y virtual de SIL International (formalmente conocido como Summer Institute of Linguistics). A pesar de las críticas, es una de las mayores bases de datos disponibles sobre lenguas en la actualidad. Datos consultados en septiembre de 2015.

Gráfico 6 Número de lenguas y sus hablantes en el mundo



Fuente: Ethnologue, 17 edición. Elaboración Propia. www.ethnologue.org. Consultado el 30/09/2015

El español ocupa el segundo lugar en cuanto al número de hablantes nativos detrás del chino y muy cerca del inglés.

Tabla 4 Idiomas con más de 50 millones de hablantes nativos

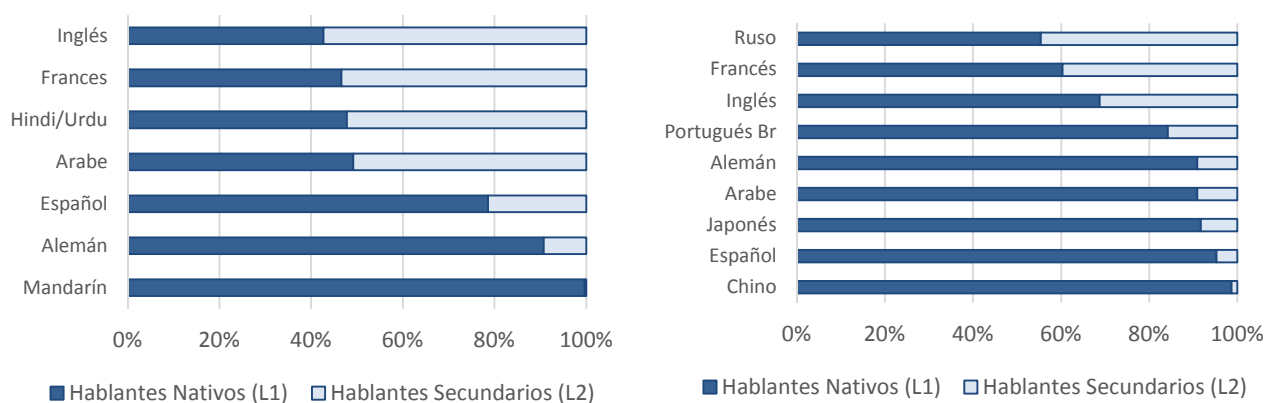
POS	Idioma	País Origen	Total Países	Hablantes Nativos (millones)
1	Chino	China	33	1.197
2	Español	España	31	399
3	Inglés	Reino Unido	101	335
4	Hindi	India	4	260
5	Árabe	Arabia Saudí	60	242
6	Portugués	Portugal	12	203
7	Bengalí	Bangladesh	4	189
8	Ruso	Federación Rusa	16	166
9	Japonés	Japón	2	128
10	Lahnda	Pakistán	6	88,7
11	Javanés	Indonesia	3	84,3
12	Alemán estándar	Alemania	18	78,1
13	Coreano	Corea del Sur	5	77,2
14	Francés	Francia	51	75,9
15	Telugu	India	2	74,0
16	Marathi	India	1	71,8
17	Turco	Turquía	8	70,9
18	Tamil	India	6	68,8
19	Vietnamita	Vietnam	3	67,8
20	Urdu	Pakistán	6	64,0
21	Italiano	Italia	11	63,8
22	Malayo	Malaysia	13	60,5
23	Persa	Irán	29	57,0

Fuente: www.ethnologue.org. Elaboración propia. Consultado el 30/09/2015

El número de hablantes de una lengua, además de los hablantes nativos⁷⁶ (L1), se compone de las personas no nativas de la comunidad lingüística que tienen dominio de esa lengua⁷⁷ (L2). Serían personas que se desenvuelven a diario en su vida profesional y/o personal con dominio nativo de la lengua, sin considerar si se trata de la lengua materna o aprendida con posterioridad en el transcurso de su vida.

Según los datos de Ethnologue y los ofrecidos por el portal Statista⁷⁸, existen diferencias en cuanto a la distribución y la estructura de los hablantes con dominio nativo de las lenguas mayoritarias.

Gráfico 7 Relación hablantes nativos y secundarios de las lenguas mayoritarias



Fuente: Fuente: www.ethnologue.org. Consultado el 30/09/2015

Fuente: www.statista.com. Consultado el 30/09/2015

Con la debida precaución sobre las fuentes y la diferencia de criterios seguidos en la selección y delimitación de las lenguas⁷⁹, estos datos permiten reflexionar sobre la difusión de las lenguas fuera de sus respectivas comunidades de hablantes nativos. Además, el porcentaje de hablantes “no nativos” de una lengua nos puede servir como referencia del valor otorgado fuera de la comunidad lingüística de origen.

Apreciamos en los gráficos que los datos y los criterios de ambas fuentes no coinciden pero, aun así, resultan de utilidad para nuestro análisis. En ellos vemos que, a pesar de las

⁷⁶ Lengua materna sería la primera lengua aprendida por un niño. Una persona puede tener más de una lengua nativa en función de las lenguas que aprenda en la edad crítica.

⁷⁷ Segunda Lengua es un término que designa dos nociones muy diferentes. En Europa se considera segunda lengua a la más importante después de la lengua materna. Puede ser la lengua administrativa o vehicular. En el mundo anglosajón se refiere más bien a la lengua aprendida, cronológicamente, en segundo lugar. Esta diferencia de noción provoca grandes confusión en el cálculo de locutores de una lengua dada.

⁷⁸ <http://www.statista.com/>: Uno de los mayores portales de estadísticas del mundo.

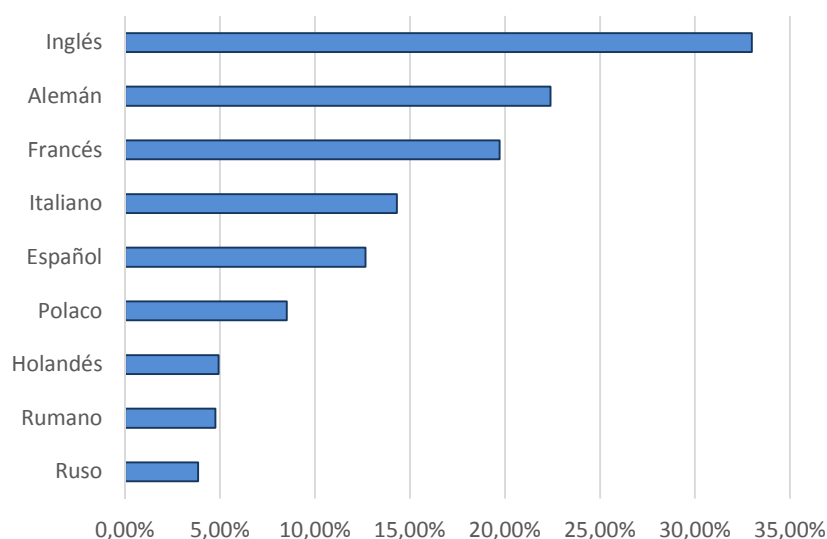
⁷⁹ Chino es el término general usado para referirse a la macrolengua sinotibetana. Mandarín es a la forma más hablada del chino.

divergencias, que se repiten como lenguas más habladas las mismas que en otras fuentes. También podemos comprobar que la estructura de las comunidades lingüísticas, en cuanto a la proporción de hablantes nativos y no nativos, varía de una lengua a otra.

Los idiomas inglés y francés se caracterizan por un elevado porcentaje de usuarios no nativos con gran dominio y uso de lengua. La presencia del español entre las lenguas más habladas del mundo no se debe tanto al gran número de estudiantes extranjeros como a fuerte peso de los hablantes nativos (en su mayoría originarios de países hispanoamericanos). Este constituye uno de los elementos clave para la difusión de la lengua española que se ve reforzado con la elevada tasa de emigración de algunos países hispanohablantes hacia países más ricos, especialmente de México a Estados Unidos.

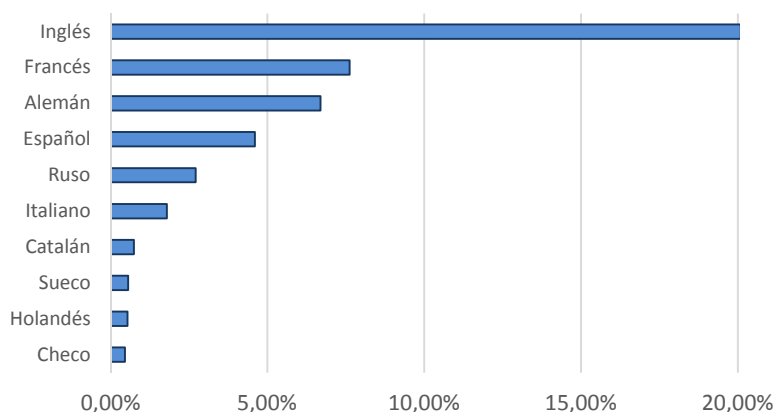
En el contexto europeo, el inglés ocupa el primer puesto como lengua más hablada con dominio nativo o aprendido, seguido del alemán y el francés. El español se sitúa en el quinto lugar detrás del italiano.

Gráfico 8 Porcentaje hablantes de principales idiomas dentro de la UE (+3 % hablantes)



Fuente: <http://languageknowledge.eu> . Elaboración propia. Fecha: 12/09/2015

Gráfico 9 Lenguas más aprendidas en la UE (% hablantes)



Fuente: <http://languageknowledge.eu> . Elaboración propia. Fecha: 12/09/2015

En cuanto al porcentaje de adultos que, en el contexto europeo, ha aprendido otra lengua además de la materna, el primer puesto vuelve a ser para el inglés seguido del francés y el alemán. El español ocupa el cuarto lugar.

El peso del español en el contexto europeo es menor que el de otras lenguas ya consolidadas como el inglés o el francés a las que difícilmente el español podría desplazar en la situación actual. Esta circunstancia contrasta con el importante despliegue en el viejo continente de instrumentos públicos de difusión de la lengua tales como el Instituto Cervantes.

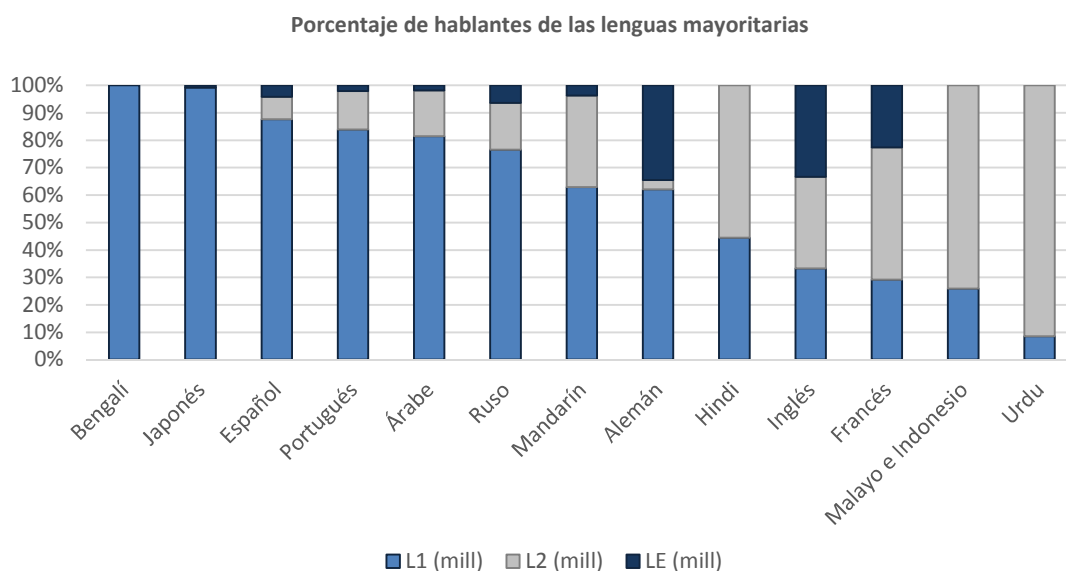
III.2.2 Los estudiantes de lenguas extranjeras

A continuación analizamos en el grupo de aprendices de una lengua como tercer componente de los hablantes potenciales de la misma. Este nos ayuda a valorar el interés que un idioma genera fuera de su espacio lingüístico original a través de las elecciones realizadas por los agentes públicos y privados. Es decir, las decisiones de los gobiernos sobre las lenguas extranjeras que se estudian en su sistema educativo y las elecciones de los estudiantes sobre las lenguas o destinos elegidos para estudiar.

La adquisición de una segunda lengua puede hacerse por la vía formal o informal. Nos referimos en este punto al aprendizaje consciente en un espacio formativo que puede ser público o privado, ubicarse dentro o fuera del país de origen en modalidad presencial o no.

A la hora de establecer cuáles son los idiomas más estudiados, vuelve a surgir la diversidad de fuentes y falta de un criterio unificado. Continuamos en el terreno de las estimaciones de las que nos servimos aquí para poder comparar la composición de los hablantes de las lenguas mayoritarias y el porcentaje de estudiantes de las mismas.

Gráfico 10 Composición de los hablantes de las lenguas mayoritarias



Varias fuentes. Elaboración propia

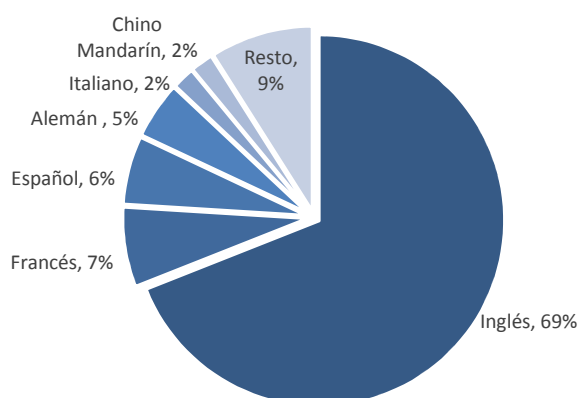
Aunque el inglés es la lengua con mayor número de estudiantes en términos absolutos, en el gráfico vemos que el alemán destaca por ser la lengua con mayor porcentaje de estudiantes en relación al número total de hablantes.

El francés presenta el mayor porcentaje de hablantes no nativos (L2), mientras que el español destaca por el gran peso de hablantes nativos que componen la comunidad lingüística.

En un informe realizado por la red internacional de centros de enseñanzas de idiomas Berlitz⁸⁰, se estableció que en 2005 las lenguas más demandadas por sus estudiantes en el mundo eran las siguientes:

⁸⁰ www.berlitz.es es una multinacional global de formación lingüística de origen estadounidense creada en 1878. Tiene presencia en más de 70 países a través de más de 500 centros y 50 lenguas disponibles.

Gráfico 11 Idiomas más estudiados como lengua extranjera

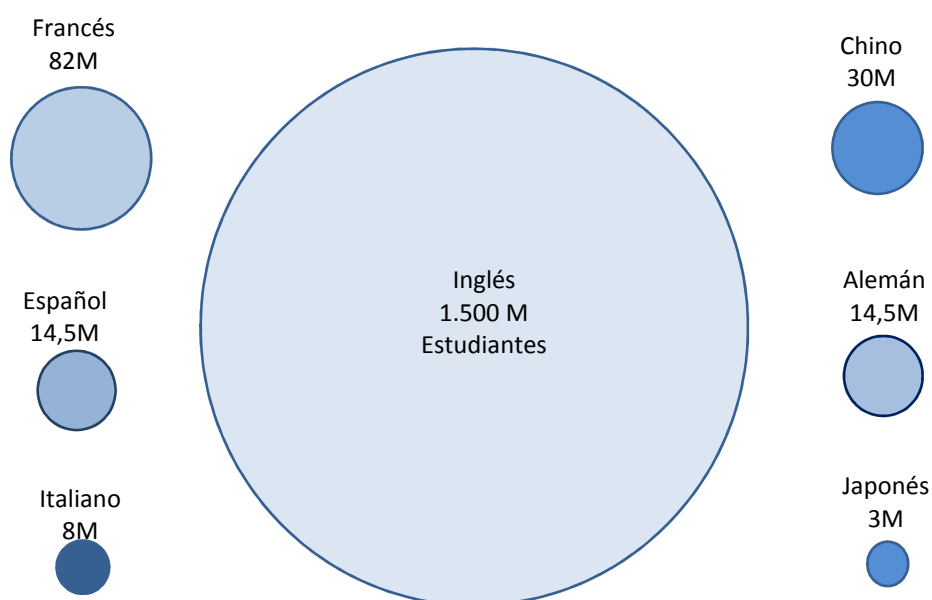


Fuente: Informe Bertlitz, 2005. Elaboración propia

La mayoría de estudiantes de lenguas extranjeras estudiaba inglés, seguido a mucha distancia del francés y español. Hay que tener en cuenta que los datos de este informe se refieren a una entidad privada a nivel internacional y, dado el paso del tiempo, puede que no estén totalmente vigentes hoy en día. Pero hemos querido exponer el resultado para mostrar la tendencia del español como lengua extranjera estudiada en el contexto de las entidades privadas.

Por otro lado, las estimaciones del profesor Ulrich Ammon⁸¹ muestran el inglés como el idioma globalmente más estudiado en el mundo.

Gráfico 12 Lenguas extrajeras estudiadas en el mundo (miles de estudiantes)



Fuente: Ulrich Ammon, 2015. Elaboración propia

⁸¹(Ammon, 2015)

Si acudimos a las instituciones encargadas de la difusión de los principales idiomas europeos, encontramos divergencias entre la estimación de estudiantes en cada una de sus respectivas lenguas y los datos facilitados por otras fuentes, casi siempre con valores superiores.

Inglés

Según el British Council y las estimaciones de David Graddol (2006)⁸², en 2015 habrá en torno a 1.900 M de estudiantes de inglés en el mundo.

Francés

Según el estudio “La langue française dans le monde” (Organización Internacional de la Francofonía, 2014) cerca de 274 millones de personas son teóricamente capaces de expresarse en francés en un total de 102 países y territorios.

De los 125 millones de personas en situación de aprendizaje relacionada con el francés, casi 49 millones estudian francés como lengua extranjera y algo más de 76 millones utilizan el francés como vector de enseñanza en alguna actividad formativa.

Alemán

El Goethe Institut en su informe anual de 2014 estima en 15,4 millones el número de personas que están aprendiendo alemán en el mundo, especialmente en China, India y Brasil. De ellos, la mayoría en colegios (13,4 millones) seguido de las escuelas superiores (10%) y el resto en cursos de formación para adultos

Español

Según estimaciones del anuario del Instituto Cervantes de 2013, el número de estudiantes de español en el mundo está en torno a los 20 Millones (19.962.500). De ellos, más de la mitad se encuentran en Estados Unidos y Brasil.

A pesar de las diferencias de datos, no podemos dejar de mencionar todas las fuentes para poner de manifiesto la dificultad de disponer de datos homogéneos y comprobar que el inglés aparece como lengua destacada de manera sistemática en todas fuentes. El español y francés le siguen con una composición muy diferente en cuanto al nivel y origen de sus hablantes, así como al porcentaje de estudiantes que las eligen como lengua extranjera.

⁸² Gaddol, D., 2006. *English Next*. British Council.

III.3 LAS POLITICAS LINGÜISTICAS Y SISTEMAS EDUCATIVOS

Tras analizar los datos procedentes de diversas fuentes podemos destacar, además de las divergencias encontradas para ofrecer unas cifras exactas y la necesidad de armonizar informaciones, que el inglés ocupa un lugar predominante en el panorama lingüístico internacional desde todos los ángulos.

A su alrededor, pero a cierta distancia, encontramos un grupo formado por las consideradas como grandes lenguas, entre las que se encuentra el español. Detrás de este grupo se situaría el resto de idiomas del mundo con una importancia variable en función de su composición y estructura.

Siguiendo a Lodaes (2005) ninguna lengua puede aspirar a ocupar el lugar que actualmente detenta el inglés. Es probable que el proceso de sustitución lingüística acelerado por el desarrollo de las tecnologías de la comunicación consolide al inglés como lengua Hipercentral (en términos de Abram de Swaan). El resto de grandes lenguas, entre las que se incluye el español, quedarán como lenguas predominantes en grandes espacios territoriales concretos.

Como decíamos, realizar predicciones es altamente arriesgado pero podemos afirmar que la evolución de estas lenguas estará condicionada por su posición actual y por el efecto que sobre ellas tengan los factores demográficos, políticos, económicos, culturales, etc.

Teniendo esto en cuenta y las ventajas que supone para una comunidad lingüística expandirse, las autoridades públicas tienen interés en llevar a cabo políticas para la difusión de la lengua dentro y fuera de su país o países de origen. Esta actividad, además de favorecer el crecimiento del mercado potencial de los hablantes de dicha lengua, es una actividad económica en sí misma que participa en la creación de riqueza y puestos de trabajo en las industrias y sectores vinculados, directa o indirectamente, con la lengua como son la enseñanza de la lengua, el turismo idiomático, las industrias culturales (cine, editorial, música), la prensa, marketing, penetración en nuevos mercados, etc.

A continuación se analizan las políticas lingüísticas llevadas a cabo en distintos ámbitos territoriales sintetizadas en dos grandes grupos.

Por un lado las políticas aplicadas por los sistemas educativos de los países europeos que muestran las preferencias de los agentes públicos sobre qué lenguas extranjeras o locales enseñar a sus estudiantes. Veremos qué lenguas se pueden estudiar y que posición ocupa el español en el contexto europeo.

Por otro lado analizamos las políticas de difusión lingüística enfocadas a expandir la comunidad lingüística fuera del país de origen actuando sobre los factores descritos en el barómetro de lenguas de Calvet.

Políticas **directamente** relacionadas con la enseñanza de la lengua

INTERNAS, llevadas a cabo dentro del propio país:

Enseñanza en el sistema educativo propio
Intercambios universitarios
Apoyo al sector del turismo idiomático

EXTERNAS, realizadas fuera del país de origen:

Expansión de los instrumentos de enseñanza de la lengua como el Instituto Cervantes, Alianza Francesa, etc.
Desarrollo de la lengua en sistemas educativos de otros países

Políticas que favorecen **indirectamente** la difusión de la lengua.

Acciones y políticas que favorecen el interés hacia la lengua actuando sobre los factores que la integran:

- Políticas culturales
- Políticas Económicas
- Políticas Demográficas
- Imagen del espacio geolingüístico
- Poder blando.

III.3.1 Política lingüística escolar europea

En el ámbito de la Unión Europea nos encontramos diferentes políticas aplicadas por los gobiernos en materia de enseñanza de Lenguas Extranjeras.

Entre los sistemas públicos de la UE destaca la coexistencia de una amplia variedad de realidades y políticas lingüísticas. Estas situaciones van desde países cuyo sistema educativo no contempla la oferta de una lengua extranjera obligatoria, como el caso del Reino Unido, hasta

la obligatoriedad de estudiar tres idiomas extranjeros, como ocurre en Luxemburgo (inglés, francés y alemán).

En la siguiente tabla se recogen las opciones seguidas por los países de la UE-27 desde 1992 hasta 2011 en la enseñanza obligatoria.

Tabla 5 Escolaridad obligatoria a tiempo completo (1993-2010)

	BE fr	BE de	BE nl	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	IT	CY	LV	LT	LU	HU
2010/2011		♦♦	♦♦			•	•		⊗	•			•	♦♦			♣♦♦	
2006/2007		♦	♦♦			•	•		⊗	•			•	♦♦			♣♦♦	
2002/2003		♦	♦♦			•	•		⊗	•				♦♦	•		♣♦♦	
1992/1993			♦♦			•	•		⊗	•				♦♦			♣♦♦	

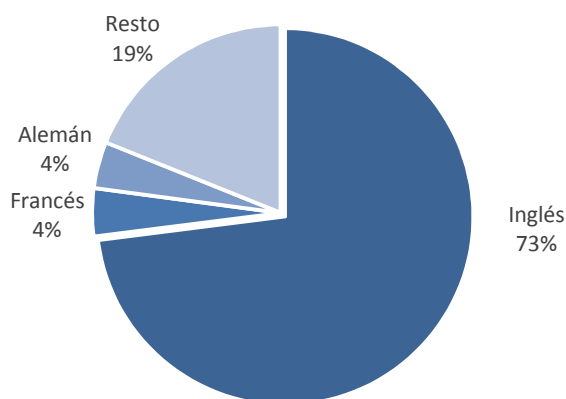
	MT	NL	AT	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE	UK-NG/WLS/NIR	UK-SCT	IS	LI	NO	HR	TR
2010/2011	•	•							Fi/sv	•		⊗	• da	♦♦	•		
2006/2007	•	•							Fi/sv	•		⊗	• da	•	•		
2002/2003	•	•							Fi/sv	•		⊗	• da	•	•		
1992/1993	•	•							Fi/sv	•			• da		•		

Fuente: Eurydice⁸³. Elaboración propia.

• Inglés ♦ Francés ♣ Alemán ⊗ Sin lengua extranjera obligatoria □ Sin lengua impuesta

Vemos que en el variado panorama de opciones la enseñanza del inglés destaca como la principal elección por parte de las autoridades educativas de los países de la UE para proponer a sus estudiantes. En consecuencia, el inglés se presenta como la lengua extranjera más aprendida dentro de la Unión Europea.

Gráfico 13 Lenguas extranjeras aprendidas en primaria en la UE (2011)

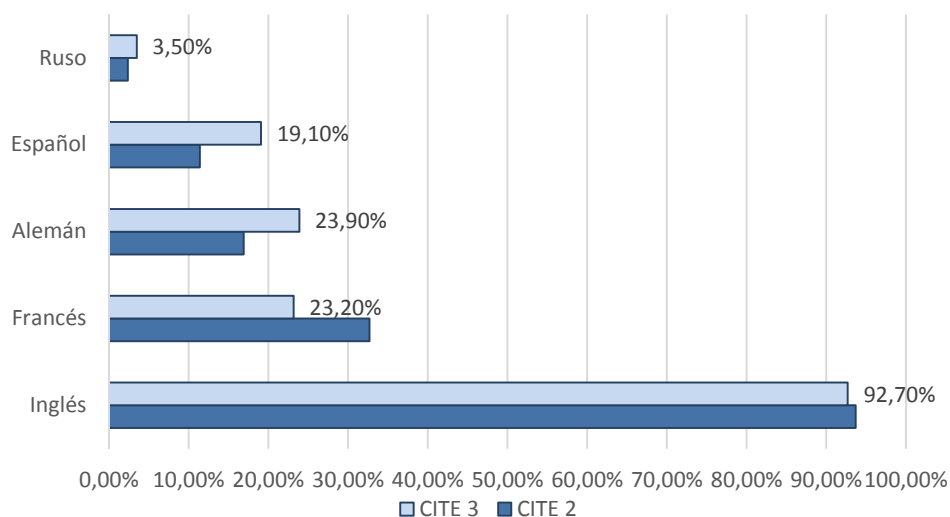


Fuente: Eurydice. Elaboración propia.

⁸³ http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/index_en.php

En la educación secundaria se repite el patrón del inglés como la opción lingüística predominante en la oferta educativa y aparece el español como cuarta lengua más estudiada en el curso 2009/2010⁸⁴.

Gráfico 14 Lenguas más estudiadas en los niveles CITE 2-3 (2011)



Fuente: Eurydice. Elaboración propia.

Conviene hacer una reflexión sobre el consenso en torno al valor de la lengua inglesa en el conjunto de los sistemas educativos europeos. Los distintos gobiernos asumen un gasto público para la difusión y la implantación del inglés como lengua global que supone un refuerzo externo a la posición internacional de este idioma. Lo que contrasta con el hecho de que en Reino Unido no haya obligación de ofrecer una lengua extranjera. Esta circunstancia es muy común en los países anglófonos que, al contar con la lengua de mayor difusión mundial, necesitan realizar menores inversiones para que sus ciudadanos aprendan otras lenguas extranjeras para comunicarse con el resto del mundo.

Se pondría así de manifiesto que los agentes socioeconómicos (gobierno, ciudadanos y empresas) del espacio anglófono tienen una menor necesidad de invertir tiempo y recursos económicos para el aprendizaje de una lengua extranjera. En términos económicos y, sin entrar en valoraciones sobre las ventajas de la diversidad cultural y riqueza intelectual, la lengua inglesa representa una ventaja competitiva con la que no cuentan otras lenguas mayoritarias.

⁸⁴ Clasificación Internacional de los Tipos de Enseñanza (CITE) elaborada por la UNESCO que armoniza las distintas clasificaciones por países y hace comparables las estadísticas de educación. Enseñanza del primer nivel (Primaria): CITE 1. Enseñanza de nivel secundario, primer ciclo (ESO) CITE 2

III.3.2 La elección lingüística de los universitarios

A medida que aumenta la interconexión entre las economías, los gobiernos son cada vez más conscientes de la importancia de la educación superior y de las ventajas de la ampliación de horizontes fuera de las universidades de origen.

Entre los principales factores que favorecen el aumento de la movilidad destacan el crecimiento de la educación superior en el mundo, el valor percibido de estudiar en prestigiosas instituciones de educación en el extranjero y el desarrollo de políticas específicas de fomento de movilidad estudiantil en determinados países o regiones en el mundo

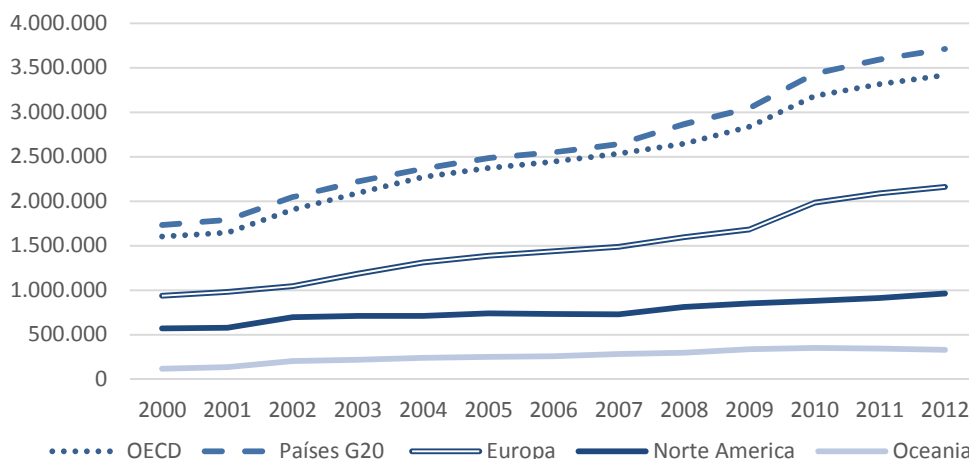
Esta movilidad de estudiantes universitarios, además de representar una fuente de ingresos para el país receptor, muestra el interés por aprender lenguas extranjeras por parte de los grupos de población más instruidos de otros países. La elección puede estar influenciada por la lengua estudiada en los niveles educativos previos pero, como veremos, no es el único condicionante para la elección. Incentivar esta actividad también contribuye a la expansión de una comunidad lingüística dada.

En 2012, según datos de la OCDE⁸⁵, se matricularon 4,5 millones de estudiantes en educación superior fuera de su país de ciudadanía. Los porcentajes más altos de estudiantes internaciones en educación superior se dieron en Austria, Luxemburgo, Nueva Zelanda, Reino Unido y Suiza.

El 50% de los estudiantes de todo el mundo eligen como destino Alemania, Australia, Canadá, Estados Unidos y Reino Unido, es decir, predominan los países anglófonos. Los estudiantes asiáticos representan el 53% de los estudiantes extranjeros matriculados en todo el mundo con China, Corea e India a la cabeza entre los países emisores.

⁸⁵ OCDE, 2014, "Panorama de la Educación"

Gráfico 15 Estudiantes universitarios matriculados fuera de su país de ciudadanía por región de destino

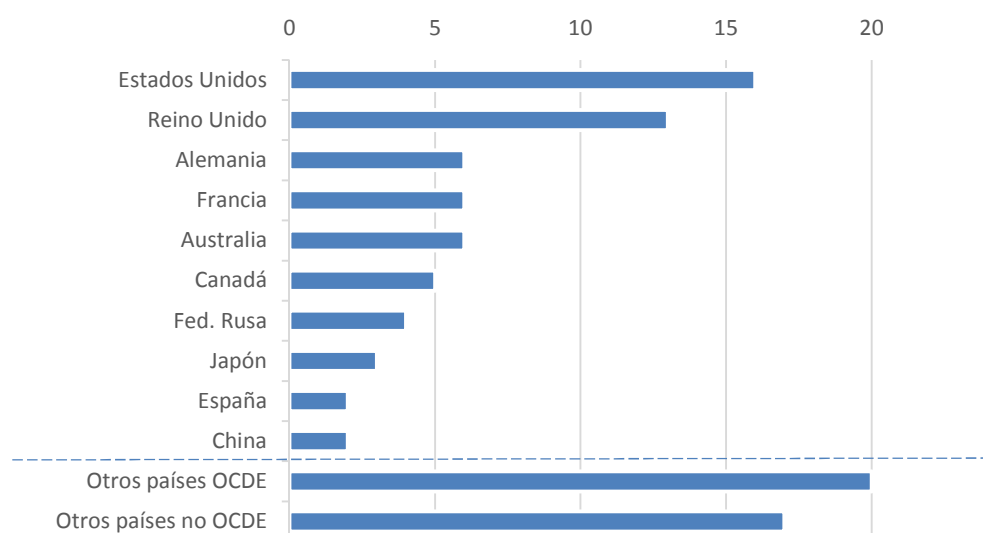


Fuente OCDE: Education at a Glance 2014: OECD Indicators

Entre 1975 y 2012, el número de estudiantes internacionales ha pasado de 0,8 millones a más de 4,5 millones, lo que supone un aumento de más de cinco veces.

En los últimos quince años, el número de estudiantes universitarios que deciden realizar estudios fuera de su país crece continuamente. Entre los principales destinos destacan las regiones más ricas del planeta, especialmente el grupo de los G20 y la OCDE. El peso de Europa se ha incrementado en los últimos años, mientras que las regiones de Norte América y Oceanía se mantienen estables como destinos durante el periodo analizado.

Gráfico 16 Porcentaje alumnos extranjeros matriculados por país de destino (2012)



Fuente OCDE. Education at a Glance 2014: OECD Indicators

España se encuentra entre los 10 primeros países del mundo receptores de estudiantes extranjeros. Aunque su porcentaje de participación es reducido, es el único país hispanohablante entre los primeros destinos elegidos por los estudiantes internacionales.

Se observa una prevalencia de destinos en países anglófonos que puede deberse a la difusión de la lengua inglesa entre los estudiantes y al prestigio de sus instituciones educativas.

El programa ERASMUS, acrónimo del nombre oficial en idioma inglés European Community Action Scheme for the Mobility of University Students (Plan de Acción de la Comunidad Europea para la Movilidad de Estudiantes Universitarios), es un plan conjunto de diversas administraciones públicas por el que se apoya y facilita la movilidad académica de los estudiantes y profesores universitarios dentro de los Estados miembros del Espacio Económico Europeo, Suiza y Turquía. Este programa nació en 1987 y con los años ha adquirido la dimensión de fenómeno social y cultural con importantes repercusiones económicas. En la tabla siguiente se muestra la dimensión del programa durante el curso 2012-2013.

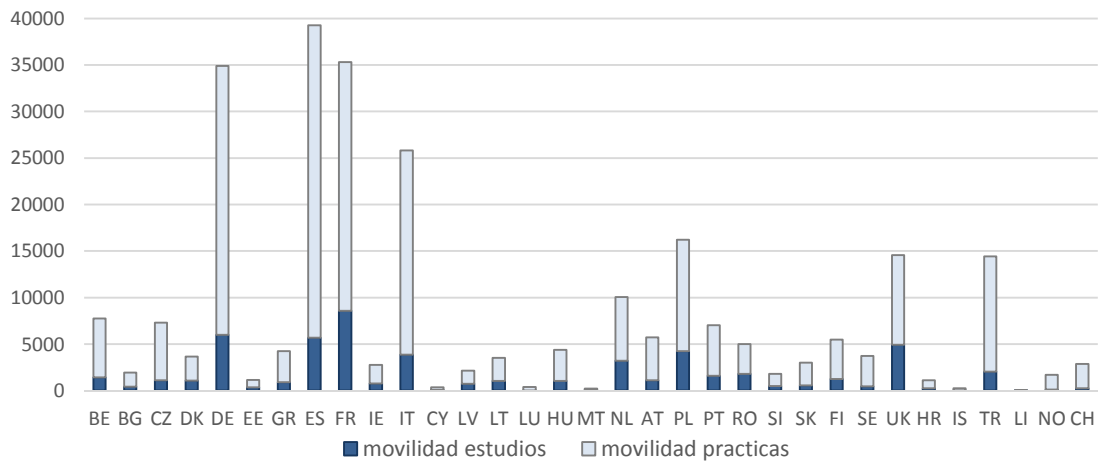
Tabla 6 Movilidad Estudiantil ERASMUS (2012-2013)

	Tipo de movilidad estudiantil		
	Estudios	Prácticas	Total
Total estudiantes Erasmus	212.522	55.621	268.143
Media de beca la UE (€)	253	376	272
Duración media (meses)	6,2	4,7	5,8
Volumen total de becas (M €)	333,36	98,29	423,02
Media de edad	22,4	22,9	22,5
Nº Instituciones emisoras	2.325	2.675	3.267
Balance género (% femenino)	60,6	61,9	60,9

Fuente: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm. Elaboración propia

Los principales países emisores de estudiantes Erasmus son, por este orden, España, Francia, Alemania e Italia.

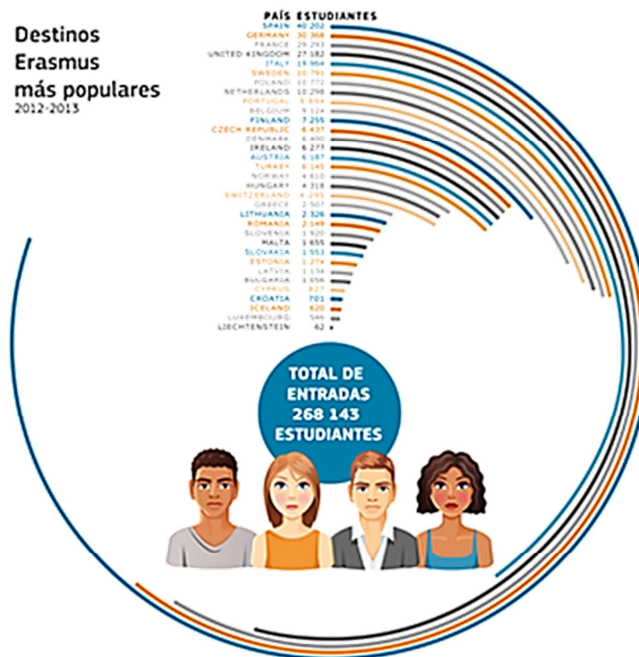
Gráfico 17 Salidas ERASMUS por países



Fuente: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm. Elaboración propia

Durante el curso 2012-2013, España recibió 40.202 estudiantes Erasmus, configurándose como el destino más popular del programa, seguido por Alemania, Francia y Reino Unido.

Gráfico 18 Destinos ERASMUS más demandados

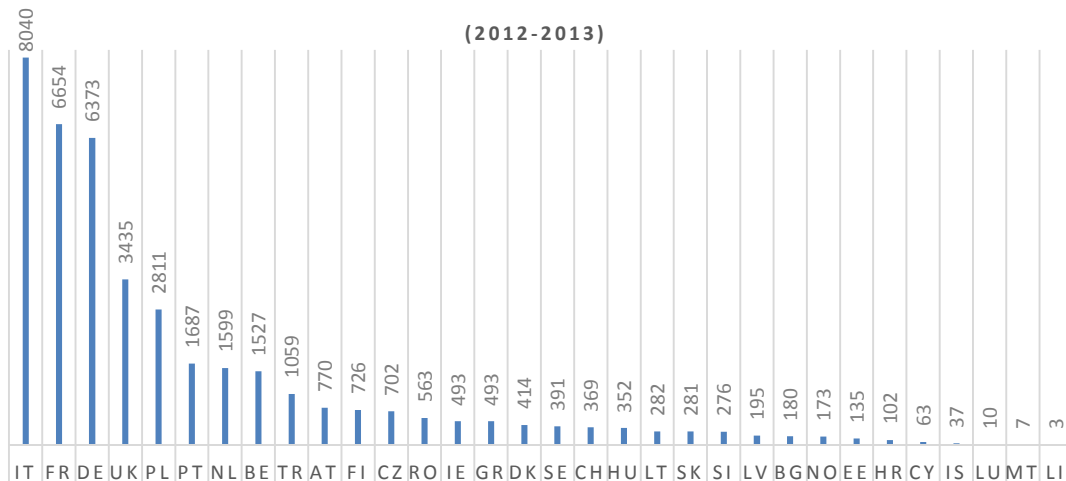


Fuente: www.europa.eu

Los principales países emisores de estudiantes Erasmus hacia España fueron Italia, Francia y Alemania, que representaron más del 50% del total.

Teniendo en cuenta el importe medio de las becas y la duración de las estancias, podemos estimar en unos 63 millones de euros el impacto económico mínimo de este programa en España.

Gráfico 19 Procedencia de los estudiantes ERASMUS llegados a España



Fuente: http://ec.europa.eu/education/tools/statistics_en.htm. Elaboración propia

Contrariamente a lo que cabe esperar, la movilidad estudiantil europea del programa ERASMUS no está directamente relacionada con las lenguas extranjeras estudiadas en las etapas previas. España ocupa el primer lugar como país receptor de estudiantes ERASMUS y sin embargo el español no es la lengua más estudiada en las etapas iniciales de la formación.

Este hecho favorece la expansión de la lengua española dentro de la Unión Europea y ayuda a compensar la menor presencia en los sistemas de enseñanza primario y secundario.

El número de hablantes potenciales refleja el peso de una lengua y el número de estudiantes extranjeros muestra el valor que los agentes públicos y privados otorgan a dicha lengua. Estas decisiones, por su parte, vienen influenciadas por otros factores que inciden en la evolución y el cambio lingüístico al que asistimos en la actualidad y pueden ser favorecidas por las políticas lingüísticas llevadas a cabo en cada país.

III.4 LAS POLITICAS DE DIFUSIÓN DE LA LENGUA COMO VECTOR DE IMPULSO EN EL EXTERIOR

Hasta la llegada de la globalización solo un porcentaje de la población interactuaba con personas extranjeras. Por ello, aprender lenguas extranjeras era una necesidad reservada a una minoría perteneciente a las élites de la diplomacia y el comercio.

Sin embargo, las posibilidades actuales de desplazamientos se extienden a un conjunto cada vez más amplio de los habitantes del planeta. El crecimiento de las comunicaciones favorece el turismo, el comercio y cualquier tipo de intercambio. Por una cuestión de eficiencia, surge la necesidad de comunicación utilizando el menor número de lenguas que permitan interactuar con el mayor número de personas. Esto significa aumentar la “rentabilidad” de la lengua en términos de posibilidades de comunicación. Desde el punto de vista económico existe una tendencia hacia lenguas de amplio uso y se intensifica la “presión” para disponer de una *lingua franca*.

Como ya hemos visto existen varias lenguas bien posicionadas siendo una de ellas el español. El devenir de cada una dependerá de la evolución de los factores (económicos, culturales, demográficos...) que repercuten en su difusión, pero también de las políticas lingüísticas adoptadas por los países interesados en beneficiarse de las externalidades del uso de su lengua y las ventajas económicas que representan para la comunidad lingüística. Por tanto, los gobiernos han de estar atentos a las tendencias y no dejar la evolución de su lengua en manos del azar.

La promoción lingüística de las “grandes lenguas” es abordada de manera diferente desde los organismos responsables de los distintos países. Dependiendo del momento histórico en el que iniciaron actuaciones relacionadas con la expansión de la lengua, el auge de sus imperios y los objetivos perseguidos, encontramos varios enfoques en la representación por países, número de instituciones implicadas por cada país, número de centros, acciones llevadas a cabo, presupuestos, etc.

En el caso del español la política de difusión lingüística cobra especial relevancia ya que su expansión actual se debe, en gran medida, al desarrollo demográfico de los hablantes nativos

de los países hispanoamericanos y su difusión en Estados Unidos es fruto de la emigración y no del crecimiento de la demanda de estudiantes que desean aprender español.

El número de hablantes nativos en español es algo superior al del inglés y muy superior al del francés, pero la proyección política de esas lenguas es muy diferente. Según Lodares, J.R. (2005) su desarrollo está fuertemente influenciado por el periodo en el que se produjo el auge de los respectivos imperios. “Si el mundo hispánico hubiera tenido una proyección política, militar, comercial, industrial, técnica o cultural parecida a las que transcurrieron durante el siglo XIX y primera mitad del XX en francés o inglés (...) el español no tendría competencia actualmente ni del chino en número de hablantes ni quizás del inglés en representación internacional”.

En el antiguo Imperio español no importaban las lenguas ni existían los medios de comunicación de masas. En los imperios modernos los medios de telecomunicación, transporte, comercio e instituciones habían alcanzado un gran nivel de desarrollo por lo que la difusión de la lengua sí fue importante.

Tabla 7 Principales imperios coloniales

País	Imperio	Duración	Auge	Organismo (año creación)
Francia	Imperio Colonial Francés	S VII - 1960	1919-1939	Alianza Francesa (1883)
Reino Unido	Imperio Británico	S XVI - 1949	1890 - 1920	British Council (1934)
Alemania	Imperio Alemán	1871 - 1918	1890-1918	Goethe Institut (1951), antes
Italia	Imperio Italiano	1861-1946	1940	Sociedad Dante Alighieri (1889)
España	Imperio Español	1492 – 1898	XVII	Instituto Cervantes (1991)

Con la puesta en práctica de políticas de difusión lingüística en el exterior, los estados pueden aprovechar las sinergias y tendencias económicas propicias para influir en el posicionamiento internacional de su lengua. Favoreciendo el interés hacia la lengua fuera de las fronteras de la comunidad lingüística se puede impulsar la demanda de estudiantes potenciales que a su vez contribuyen a aumentar el valor de uso de la misma.

Existen países con una amplia y consolidada tradición en este tipo de políticas cuyos esfuerzos se reflejan en los resultados como veremos a seguidamente. Se analizarán las políticas a favor de la lengua de los estados europeos con mayor tradición y representación global. No incluimos en este análisis la difusión del inglés realizada por los Estados Unidos o Australia ni la difusión del francés llevada a cabo por Canadá, Suiza o Bélgica. Tampoco consideramos la

política de Austria en la difusión del alemán. Igualmente, en el caso del español, veremos solo las políticas llevadas a cabo por España.

III.4.1 Difusión del inglés

Nos centramos en las actuaciones que realiza el Gobierno de Reino Unido como principal motor de la difusión del inglés de amplia tradición. No consideraremos aquí el efecto sinérgico que generan las misiones diplomáticas y educativas de otros países anglófonos.

Según aparece en la web del British Council, el Gobierno del Reino Unido tiene delegada la misión de la difusión de la lengua y la cultura inglesa en el British Council. Este se define como una institución pública cuya misión es difundir el conocimiento de la lengua inglesa y su cultura a través de la formación y otras actividades culturales diversas.

El British Council es una asociación privada cuya misión es la promoción de la lengua inglesa y la calidad de su enseñanza, así como crear y fortalecer las relaciones y colaboraciones entre la cultura británica y el resto del mundo. Su financiación proviene esencialmente de dos fuentes:

- Subvención del Foreign and Commonwealth Office.
- Ingresos derivados de su actividad: enseñanza de inglés, exámenes, etc.

Según el informe anual elaborado por el British Council, en 2013-2014⁸⁶, de cada libra recibida de la Foreign and Commonwealth Office la entidad generó 4,32 libras de ingresos por su actividad. Esto es un nivel de retorno de más del 80%.

Las tareas del British Council varían en función del ámbito territorial en el que nos situemos. En el Reino Unido no imparte cursos de inglés para extranjeros y actúa como organismo responsable de la promoción de la lengua y la cultura inglesa asegurando un estándar de calidad de los centros de enseñanza de inglés. También facilita recursos pedagógicos y realiza informes y estudios sobre distintos aspectos relacionados con la lengua inglesa.

⁸⁶ http://www.britishcouncil.org/sites/default/files/d554_annual_report_final.pdf

Entre las actividades realizadas por el British Council en el exterior, destacan:

- La organización de actividades culturales
- Realización de los exámenes oficiales de la Universidad de Cambridge
- Impartición de cursos de inglés en sus centros
- Establecimiento de relaciones de colaboración con entes locales, públicos y privados, para la enseñanza del inglés

El British Council gestiona, junto a la universidad de Cambridge y el IDP Education Australia los certificados IELTS que conviven con los que realizan otras entidades:

- LCCI (London Chamber of Commerce and Industry): especializado en certificaciones de distintos niveles de Business English.
- UCLES (University of Cambridge Local Examinations Syndicate): ofrece cinco exámenes de inglés como lengua extranjera que pueden ser realizados en Reino Unido y el extranjero.
- TOEFL (Test of English as a Foreign Language): basado en el inglés americano y administrado por entidad sin fines lucrativos ETS.

Por otro lado, como ya se ha visto, los gobiernos de gran parte de los países no anglófonos priorizan el inglés como lengua extranjera en sus sistemas educativos lo que contribuye de una manera muy importante a su consolidación como *lingua franca*.

III.4.2 Difusión del francés

La difusión de la lengua francesa se encuentra liderada por Francia. Como en el caso del inglés no vamos a entrar en el detalle de las actividades llevadas a cabo por otros países francófonos, especialmente Canadá.

Francia cuenta con un amplio abanico de instrumentos para la difusión de su lengua. En algunos de estos trabaja de manera conjunta con otros países y agentes locales. Esta coparticipación es uno de los ejes fundamentales de la estrategia francesa:

- Fundación de la Alliance Française (Alianza Francesa): se dedica fundamentalmente a la enseñanza del francés como lengua extranjera. Fue creada en 1883. La red cuenta

con 812 centros distribuidos en 137 países. Según el último informe de la entidad, en 2013 el número de estudiantes fue de 464.316 y se gestionó un presupuesto de más 4,5 M€.

- CIEP: (Centre international d'études pédagogiques): se encarga de la concepción de los exámenes de certificación de la lengua:
 - DELF - DALF: avalado por el ministerio de educación francés
 - TCF : Test de connaissance du français
 - DILF : Diplôme initial de langue française

Según el último informe del CEIP (2015), existen más de 1.000 centros de exámenes en 167 países, proyectos en más de 50 países, auxiliares de conversación originarios de 51 países y misiones de consultoría y asistencia en 85 países.

- Institut Français (Instituto Francés): Bajo la tutela del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, se encarga de reforzar el dialogo con las culturas extranjeras y la promoción de intercambio artísticos internacionales.
- Francophonie (francofonía): Es una organización internacional. Fue creada en 1970 y agrupa a estados francófonos que tienen un nexo cultural. En total son 57 estados y gobiernos miembros, 4 miembros asociados y 23 miembros observadores.

La Francophonía cuenta con cinco agencias internacionales y un presupuesto conjunto de 230 millones de euros:

1. Agencia Intergubernamental de la Francofonía.
 2. Agencia Universitaria de la Francofonía.
 3. Asociación Internacional de Alcaldes y Responsables de Metrópolis Francófonas.
 4. Universidad Senghor de Alejandría.
 5. TV5 Monde, cadena de televisión.
- Red de enseñanza francesa de francés en el exterior que, según sus propios datos, aglutina 494 establecimientos escolares implantados en 136 países y escolariza a 340.000 estudiantes de los cuales 60% son extranjeros. La red está compuesta por 74 centros gestionados directamente por la agencia, 156 a través de convenio y 264 son establecimientos asociados.

III.4.3 Difusión del alemán

Alemania lidera la difusión del alemán a través del Instituto Goethe. Se trata de una Institución pública, dependiente del Gobierno alemán, cuya misión es la difusión de la lengua y la cultura germanas. Fue creado en 1951 como sucesor de la “Academia Alemana” fundada a su vez en 1925. Cuenta con una red de 159 centros de los cuales 12 están en Alemania y el resto en el exterior. Su misión inicial fue la capacitación de profesores de alemán como lengua extranjera en Alemania. En la actualidad la enseñanza y la promoción del alemán constituyen los objetivos su misión principal.

El Instituto Goethe es también el organismo oficial encargado de organizar los exámenes oficiales de alemán.

III.4.4 Difusión del español

La difusión del español en el mundo está liderada por España siendo el Instituto Cervantes su principal instrumento.

El Instituto Cervantes es una institución pública creada por España en 1991 para la promoción y la enseñanza de la lengua española y lenguas cooficiales y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana. Está presente en 90 ciudades de 43 países.

Cuenta con dos sedes en España, la sede central de Madrid y la sede de Alcalá de Henares, y, dentro de su plataforma multimedia, con un portal de referencia en Internet sobre la lengua española y la cultura en español: el Centro Virtual Cervantes.

Sus principales objetivos y funciones son las siguientes:

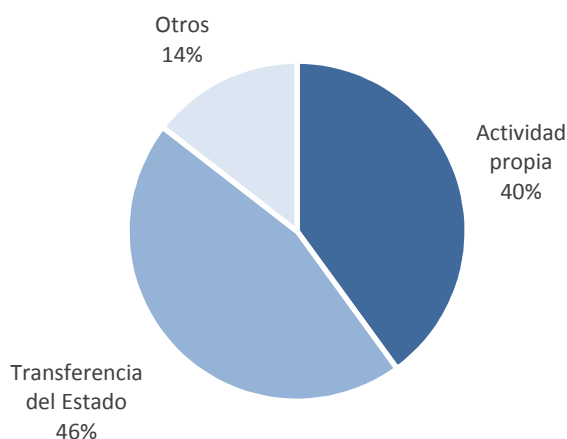
- Organizar cursos generales y especiales de lengua española, así como de las lenguas cooficiales en España.
- Expedir en nombre del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) y organizar los exámenes para su obtención.
- Actualizar los métodos de enseñanza y la formación del profesorado.
- Apoyar la labor de los hispanistas.
- Participar en programas de difusión de la lengua española.

- Realizar actividades de difusión cultural en colaboración con otros organismos españoles e hispanoamericanos y con entidades de los países anfitriones.
- Poner a disposición del público bibliotecas provistas de los medios tecnológicos más avanzados

Además, el gobierno español cuenta con los programas y actuaciones realizados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en todo el mundo.

Para el año 2015, el Instituto Cervantes ha contado con un presupuesto de 14.850,31€. La principal fuente de ingresos prevista será la propia actividad de la institución que ha representado más del 50%. El número de matrículas ha sido de 200.295, de las cuales 114.527 fueron de cursos de español, 69.868 de español *en línea* y 15.900 de formación de profesorado.

Gráfico 20 Origen de los ingresos en el presupuesto del Instituto Cervantes



Fuente: PGE 2015. Elaboración Propia

Por cada euro recibido del Estado español, el Instituto Cervantes ha generado 1,2 euros de ingresos por otras vías, principalmente los cursos de español y los diplomas DELE.

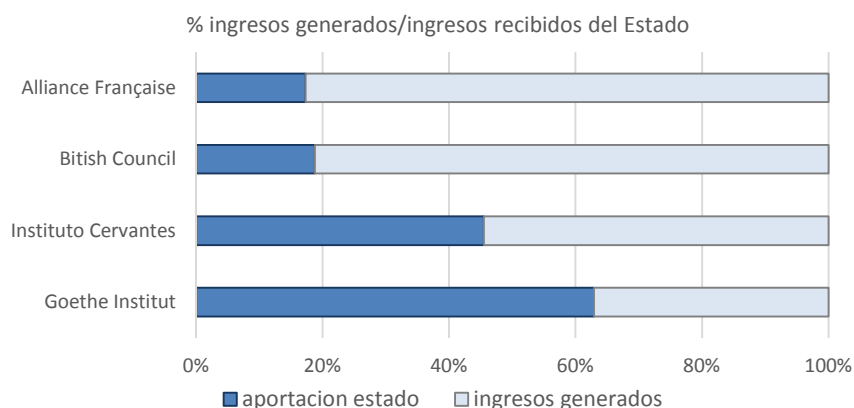
En 2014, el British Council generó 4,32 libras de ingresos por cada libra recibida de otras fuentes.

La tasa de autofinanciación de la Alianza Francesa, según el informe anual de 2013, es del 96%. Durante ese año generó 181.886 K€ y recibió 6.138 K€ del Estado francés. Sin contar los funcionarios públicos en comisión de servicio con los que el gobierno francés apoya a la red.

Estos representan el 18% de los efectivos y sus remuneraciones, a cargo del ministerio, ascendieron a 32.000 K€ en 2013.

Según se recoge en el informe de 2014, el Instituto Goethe contó con un presupuesto anual de 360,98 M€, siendo la aportación del estado Alemán de 213,6 millones de euros (2,64 euros por habitante). Los ingresos derivados de la actividad, ascendieron a 125,99 millones de euros, es decir, que por cada euro aportado por el estado, el Instituto Goethe generó 0,58€

Gráfico 21 Ingresos generados por las instituciones lingüísticas



Fuente: informes anuales de cada institución. ⁸⁷Elaboración propia

La evolución que han seguido las grandes lenguas internacionales ha sido muy diferente y sujeta a multitud de factores. El peso actual de cada una de ellas también es distinto lo que condiciona el punto de partida frente a los cambios de la sociedad de la comunicación del sistema *posglobal* de lenguas. El papel que jugará cada una de ellas se verá condicionado por las tendencias socioeconómicas y demográficas, pero también por las actuaciones que los distintos países lleven a cabo con el objetivo de ampliar la comunidad lingüística y facilitar el desarrollo de la lengua fuera de sus fronteras.

⁸⁷ Instituto Cervantes: Informe anual de 2013, British Council: informe anual 2013-2014, Alianza Francesa: informe anual de 2013, Instituto Goethe: informe anual 2014-2015

IV. ENSEÑANZA DE ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS

IV.1 ¿POR QUÉ APRENDER ESPAÑOL?

IV.1.1 Breves pinceladas históricas

No se pretende aquí hacer una descripción exhaustiva de la historia de la difusión del español sino repasar brevemente su evolución como punto de partida para conocer la posición que ocupa actualmente y detectar las posibles motivaciones de los estudiantes de español.

En la Edad Media, el español (castellano en la época) era la lengua mayoritaria en la península y, quizás de toda Europa, debido a la importancia de la actividad económica de la lana que posteriormente multiplicó su influencia por el Atlántico, cuando las rutas tradicionales se estaban extinguiendo.

Durante la colonización de América, una de las principales prioridades del imperio español fue la expansión de la religión católica que alcanzaba mejores resultados cuando se hacía en las lenguas locales. Esto, junto al escaso desarrollo de las comunicaciones y las dificultades para comunicarse en un Imperio de grandes dimensiones, hizo que la lengua común no fuera un elemento esencial y se conviviera con varios idiomas a la vez. La unidad lingüística y la implantación de lengua oficial comienzan a cobrar importancia con el desarrollo del Estado Moderno por lo que en el Imperio español no fue objeto de la gran atención que recibió en los imperios posteriores, especialmente con el francés e inglés.

Entre los S XVII y SXIX las tendencias apuntaban hacia el estancamiento del español e incluso a la disgregación americana en diversas lenguas. A comienzos del siglo XIX se crean las repúblicas independientes y desaparecen los viejos virreinos del imperio español. En esa época el español estaba poco difundido y no era la sola lengua americana, pero era la única que podía satisfacer las necesidades de los fundadores de las repúblicas americanas por lo que fue adoptada como oficial por casi todos los nuevos estados independientes constituidos.

Más tarde, en el S XIX y la primera mitad del siglo XX, terminado el orden imperial, se produce el gran flujo de emigrantes hacia América. La mayoría de ellos no hablaba español sino distintas lenguas en función de su procedencia y, sorprendentemente, el español registra un crecimiento espectacular. En este periodo también comienzan a despuntar otros dos idiomas, el inglés y el francés, con la diferencia de que para estos imperios coloniales la difusión de la lengua sí fue importante. El contexto había cambiado, las comunicaciones y la escolarización

habían mejorado notablemente y disponer de una lengua común fue clave en estos nuevos imperios.

El desarrollo de la lengua española no se ha producido por el dominio imperial, en el que numerosas lenguas indígenas eran empleadas para predicar la religión. Desde la liquidación del Antiguo Régimen en el mundo hispánico se han sucedido muchos movimientos sociales, políticos y económicos que han contribuido a la difusión del español como lengua común y popular con mayor fuerza que durante el viejo Imperio.

El aumento del número de hispanohablantes se vio favorecido por la emigración, la industrialización, la urbanización, el desarrollo de los medios de transporte y comunicación, la educación pública, movimientos obreros, etc. ámbitos que la lengua española fue conquistando sin extenderse a otros países como sucedía con el francés o el inglés en la misma época.

La situación actual es muy distinta. Hispanoamérica no recibe emigración sino que la crea y sus perspectivas económicas son de difícil previsión. Los procesos de globalización y eliminación de fronteras influyen sobre los idiomas facilitando el contacto y la ampliación de los mercados internacionales. La forma cómo los países responden al entorno internacional desde sus políticas internacionales resultan claves en un contexto de “competencia” para mantener y/o posicionar su idioma entre los más estudiados frente al aumento de la demanda de aprendizaje de idiomas internacionales.

Pero a pesar de los altibajos, el español se encuentra en una vía de internacionalización lingüística que no cesa de crecer. Las razones para estudiar español pueden ser muy diversas y varían en cada país. El valor de uso de la lengua española no es el mismo en Brasil que en Francia o Estados Unidos. Conocer estos motivos resulta de interés para entender el comportamiento de los potenciales estudiantes a la hora de elegir el español como lengua extranjera.

Dado que no existe una encuesta global que identifique las motivaciones de los estudiantes exploramos los argumentos de venta que utilizan los centros de enseñanza de E/LE⁸⁸ para aproximarnos a los aspectos de la lengua más valorados por sus clientes potenciales.

⁸⁸ Español como Lengua Extranjera

Se han analizado 20 páginas de Internet de centros de enseñanzas de lenguas que ofrecían argumentos para estudiar español. En esta selección se contemplan centros de varios países hispanohablantes (España, México, Perú, Panamá, Argentina) y de los países con mayor número de estudiantes E/LE (Francia, EE.UU y Brasil) teniendo en cuenta las empresas privadas y entidades públicas.

La demografía aparece como principal factor de la lengua española utilizado en los argumentos de venta, presente en el 90% de los casos. Los factores económicos (comercio internacional y mejora salarial) aparecen en segundo y tercer lugar y los factores culturales, se repiten en un 13% de los casos observados.

La siguiente cuestión, a la hora de plantear estrategias para fortalecer la enseñanza del E/LE, se refiere al estado y tendencias previstas en torno a los factores de la lengua española que pueden ser más valorados por parte de los potenciales estudiantes.

IV.1.2 La imagen del español frente a sus competidores

a. Los estereotipos

Juan Ramón Lodares⁸⁹ se pregunta si las lenguas tienen imagen, si se pueden tener opiniones sobre ellas y si esas opiniones pueden influir en la suerte de los idiomas. La respuesta resulta afirmativa. Para el autor, la imagen de la lengua suele estar ligada a la de sus hablantes, lo que les pasa y, frecuentemente, a su capacidad de influir en los asuntos que sean de interés común.

Santiago de Mora-Figueroa⁹⁰ también reflexiona sobre la imagen transmitida por las comunidades lingüísticas. En particular, sobre el español, afirma que es “una gran lengua internacional, sorprendentemente unitaria, bastante pero no demasiado extendida geográficamente, de poco peso económico y con una reputación internacional manifiestamente mejorable”. En su opinión la “gran baza de la lengua española es la unidad del idioma y el gran fallo es su actual imagen”.

⁸⁹ Lodares, J.R “El porvenir del español”, 2005. pag. 209. Taurus.

⁹⁰ Marqués de Tamarón, “El peso de la lengua española en el mundo”, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, 1995.

Considera que el español está cargado de estereotipos que pesan sobre su reputación. Por un lado, durante el siglo XX, se ha visto la cultura hispánica como una de las perdedoras de la batalla de la modernidad que empezó con la Ilustración y, por otro, está el pintoquesismo hispanoamericano que afecta a la imagen que de la lengua española circula por el mundo.

Pero la imagen es algo cambiante sobre lo que se puede influir. La lengua alemana goza hoy de una imagen mucho más positiva de lo que fue tras 1918 y 1945. Tras la I Guerra Mundial el descenso de estudiantes de alemán en Estados Unidos fue de tal calibre que no se ha vuelto a recuperar desde entonces. Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, el idioma alemán estaba vinculado a la ciencia y a la alta cultura de manera que era obligatorio saber alemán para quienes quisieran dedicarse a estas disciplinas.

Por su parte, la lengua francesa ha conseguido posicionarse como representante del refinamiento europeo entre las élites, no entre las masas, vinculándose a la cultura y la elegancia de Versalles tanto como a los enciclopedistas de la ilustración. Actualmente, la difusión de la lengua francesa continúa siendo una prioridad de la diplomacia francesa⁹¹ al tiempo que algunos se interrogan sobre su futuro⁹².

La imagen exterior se ha convertido en un asunto relevante en la política económica de los países desarrollados y la lengua a su vez puede ser un valor y un vehículo de la imagen al mismo tiempo que el origen de una importante actividad económica.

Tal es el caso de Gran Bretaña, donde el turismo idiomático es uno de los grandes activos económicos del país. En palabras de Lodares⁹³, “se vende idioma” por lo que “la imagen de marca inglés, francés, alemán o italiano, cobra relevancia”.

Tradicionalmente, la imagen de la lengua española ha estado ligada a España y, como hemos visto, al exotismo y la tradición. Afortunadamente estos vínculos van remitiendo gracias a la mejora económica de los países hispanohablantes que se ha visto reforzada por la expansión internacional de empresas del espacio hispanohablante. Todo ello contribuye de manera positiva a mejorar la imagen proyectada.

91 <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/francophonie-et-langue-francaise/>

92 <http://www.cercle-richelieu-senghor.org/component/content/article/5-diners-debats/171-q-la-langue-francaise-et-la-mondialisationq.html>

93 Lodares, J.R. “El porvenir del español”, 2005. pag. 209. Taurus.

b. El poder blando

Poder blando, en inglés *soft power*, es un término usado en relaciones internacionales para describir la capacidad de un actor político, como por ejemplo un Estado, para incidir en las acciones o intereses de otros valiéndose de medios culturales e ideológicos, con el complemento de medios diplomáticos. Las lenguas, como recurso básico de la cultura de un país, son un elemento clave del poder blando de un país.

Francia es uno de los países precursores en la práctica de asociar la diplomacia con las políticas lingüísticas y la cultura, mucho antes de la existencia del moderno concepto de *soft power*. La Alianza Francesa fue creada en París por un grupo de hombres célebres como el científico Louis Pasteur, el diplomático Ferdinand de Lesseps, los escritores Julio Verne y Ernest Renan y el editor Armand Colin.

La Alianza Francesa financia muchas de sus actividades con el dinero que recibe de sus cursos y del alquiler de sus instalaciones. El gobierno francés ofrece apoyo económico mediante subvenciones y dotación de recursos humanos. La Alianza Francesa existe desde 1883 y el resultado se manifiesta en el importante peso, aunque en declive, que la lengua francesa tiene dentro del contexto internacional y en la diplomacia gracias a su particular estructura de funcionamiento.

En el ranking global de los 30 países de mayor poder blando⁹⁴, solo encontramos dos países hispanohablantes. Este ranking se elabora teniendo en cuenta siete variables, siendo una de ellas la cultura. En posición intermedia tenemos a España situada en el puesto número 14 y, en la parte final de la lista, se encuentra México en la posición 28.

c. El índice de presencia global

En España, el Real Instituto Elcano elabora una clasificación de países en función de su presencia global. El “Índice Elcano de Presencia Global” (IEPG)⁹⁵ cubre una selección de 80 países. Son las primeras 75 economías mundiales, según datos del Banco Mundial (países con mayor PIB en dólares corrientes), además de los países con menor tamaño económico miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y/o de la

⁹⁴ <http://softpower30.portland-communications.com/>

⁹⁵ <http://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/>

Unión Europea. El análisis se basa en tres indicadores: Economía, Defensa y Presencia Blanda. Cada uno está integrado por variables procedentes de diversas fuentes.

Los países hispanohablantes que se incluyeron en el ranking de IEPG 2014 resultaron clasificados de la siguiente manera:

Tabla 8 Países hispanohablantes por Índice de Presencia Global

Puesto	País	% presencia económica	% presencia militar	% presencia blanda
11)	España	47,43	1,34	51,23
23)	México	68,66	0,61	30,73
42)	Argentina	52,74	3,07	44,19
44)	Venezuela	79,00	1,29	19,71
48)	Chile	72,35	3,08	24,57
52)	Colombia	65,79	1,45	32,76
69)	Ecuador	70,33	1,4	28,27
62)	Perú	71,64	7,10	21,27
70)	Cuba	28,65	0,17	71,18

Fuente: IEGP 2014. Real Instituto Elcano. Elaboración propia.

España es el primer país del espacio hispanohablante que aparece en este índice. Los dos países con mayor peso de la variable de presencia blanda son Cuba que, con el 71,18%, debe su posición en gran medida a este factor y España, cuyo peso en presencia blanda es del 51%. Entre el resto de países, tiene más relevancia la presencia económica y ninguno destaca por su peso militar.

IV.1.3 Demografía y oficialidad de la lengua en del espacio hispanohablante

Hablar de espacio lingüístico es una tarea delicada pues no existe una definición precisa del concepto. Para la Fundación de Estudios e Investigaciones sobre el Desarrollo Internacional⁹⁶, un espacio lingüístico engloba a todo país con más de 500.000 habitantes que satisfaga una de las siguientes condiciones:

⁹⁶ Carrère, C. y Masood, M. «Le poids économique des principaux espaces linguistiques dans le monde», (2013). Archivo consultado el 30 de septiembre de 2015.

- Dimensión *de jure*: que la lengua en cuestión sea considerada oficial
- Dimensión *de facto*: que un porcentaje significativo (20%) de la población hable la lengua considerada, de manera que algunos países pueden estar incluidos en varios espacios simultáneamente

Siguiendo estos criterios, dentro del espacio hispanohablante no incluiremos Andorra y Belice. Ambos poseen un porcentaje de población hispanohablante superior al 40%, pero no alcanzan los 500.000 habitantes.

Por tanto en el espacio hispanohablante encontramos 21 estados, incluyendo Puerto Rico, con el español como lengua oficial. De ellos, los 17 que reconocen la *oficialidad de iure* por disposición constitucional abarcan el 60% de la población total de estos países.

Por otro lado, están los cuatro países (México, Argentina, Chile y Uruguay) en los que la oficialidad de la lengua no se recoge en la constitución pero el español es la lengua utilizada de manera general por la población y empleada por los organismos públicos u oficiales. México dispone de una Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos indígenas.

La oficialidad de una lengua y su vinculación a un Estado es un elemento importante para reforzar su vitalidad. El hecho de que el español sea, de alguna manera, oficial en 21 países favorece notablemente su supervivencia y contribuye a su difusión.

No obstante, el español compite como lengua en muchos territorios en los que se está implantado o se encuentra en desarrollo. En los países de Hispanoamérica existen importantes movimientos indigenistas mientras que en España existen presiones nacionalistas. En ambos casos son movimientos de diferenciación frente a la globalización y la homogeneización lingüística que cada vez cobran más fuerza y que no pueden ser olvidados en las políticas de difusión de la lengua española.

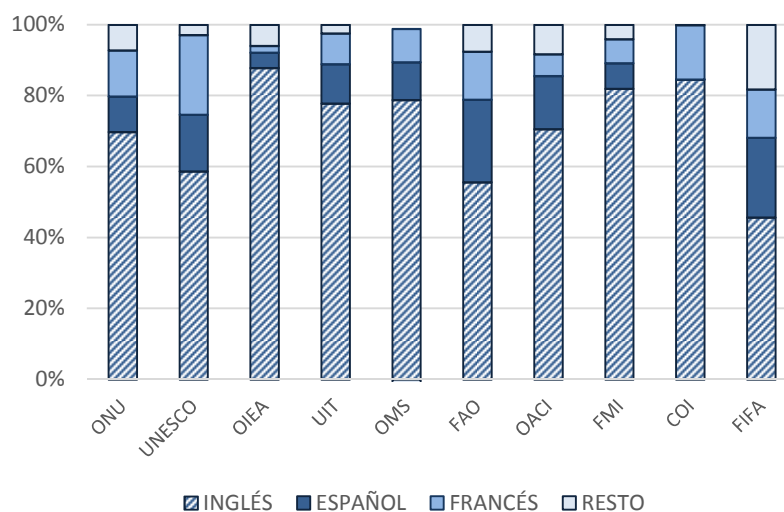
El uso de una lengua en los organismos internacionales, al igual que la oficialidad en los estados, muestra su dinamismo y le otorga prestigio respecto a los potenciales estudiantes. Según el análisis realizado por el Instituto Cervantes⁹⁷ sobre la presencia de los idiomas entre las páginas web de los principales organismos internacionales durante el último trimestre de

⁹⁷ Soler Herreros, Chimo "Organismos internacionales: el español, segunda lengua de comunicación en Internet", 2011. Instituto Cervantes.

2011, resulta que la lengua mayoritaria es el inglés con un promedio de presencia del 71%, seguido por el español con un 12% y, en tercer lugar, el francés con un 11%.

El número de páginas en las que se usa cada lengua es heterogéneo, destacando el español en la FIFA y en la FAO, siempre detrás de inglés que tiene los mayores porcentajes en los organismos internacionales relacionados actividades económicas como el FMI o la OIEA.

Gráfico 22 Porcentaje de idiomas por página de organismo internacionales (2011)



Fuente: Instituto Cervantes. Elaboración propia

Volviendo al espacio hispanohablante, los 21 países que lo componen suman en su conjunto, según los cálculos del Instituto Cervantes, más de 447 millones de personas de las cuales, casi el 95% poseen dominio nativo de la lengua española.

Tabla 9 Oficialidad de la lengua española

	Población	%Hablantes nativos	Oficialidad del español	Cooficialidad	Legislación
México	121.005.815	96,80	de facto	Sí	Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas
Colombia	48.014.693	99,20	de iure	Sí
España	46.771.341	91,90	de iure	Sí	Art. 3.1 de la Constitución Española de 1978
Argentina	42.202.935	98,10	de facto	--	No existe declaración constitucional de lengua oficial, aunque el español es la lengua de las instituciones públicas de facto
Perú	31.151.643	86,7	de iure	Sí	Art. 48 de la Constitución de la República del Perú de 1993
Venezuela	30.620.404	97,30	de iure	Sí	Art. 9 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999
Chile	18.006.407	95,90	de facto	--	No existe declaración constitucional de lengua oficial, aunque el español es la lengua de las instituciones públicas de facto
Ecuador	15.943.741	95,70	de iure	Sí	Art. 2 de la Constitución de la República del Ecuador de 2008
Guatemala	15.806.675	78,30	de iure	--	Art. 143 de la Constitución de la República de Guatemala de 1985
Bolivia	11.410.651	83,00	de iure	Sí	Art. 5.1 de la Constitución Política del Estado de Bolivia de 2009
Cuba	11.210.064	99,70	de iure	--	Art. 2 de la Constitución de la República de Cuba de 1976
República Dominicana	9.980.243	97,60	de iure	--	Art. 29 de la Constitución Política de la República Dominicana de 2010
Honduras	8.378.000	98,70	de iure	--	Art. 6 de la Constitución de la República de Honduras de 1982
Paraguay	6.893.727	67,90	de iure	Sí	Art. 140 de la Constitución de la República del Paraguay de 1992
El Salvador	6.405.000	99,70	de iure	--	Art. 62 de la Constitución de la República de El Salvador de 1983
Nicaragua	6.236.000	97,10	de iure	Sí	Art. 11 de la Constitución de la República de Nicaragua de 1987
Costa Rica	4.832.234	99,30	de iure	--	Art. 76 de la Constitución Política de la República de Costa Rica de 1949
Panamá	3.801.000	91,90	de iure	--	Art. 7 de la Constitución de la República de Panamá de 1972
Puerto Rico ⁹⁸	3.548.397	99,00	de iure	--	Art. III Sección 5 de la Constitución del Estado Libre Asociado de Puerto Rico de 1952
Uruguay	3.430.000	98,00	de facto	--	No existe declaración constitucional de lengua oficial, aunque el español es la lengua de las instituciones públicas de facto
Guinea Ecuatorial	757.014	74,00	de iure	--	Art. 4 de la Constitución de la República de Guinea Ecuatorial de 1991
Total	447.335.015				

Fuente: "El español un alengua viva", 2015. Informe del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

El número total de usuarios potenciales de la lengua española, según estimaciones del Instituto Cervantes⁹⁹, supera los 550 millones en todo el mundo. Esta cifra engloba al conjunto de hablantes con dominio nativo y competencia limitada más los estudiantes de español como lengua extranjera que se encuentran dentro y fuera del mundo hispánico.

⁹⁸ En septiembre de 2015 fue aprobado el Proyecto del Senado 1177, que declara el español como el primer idioma oficial y el inglés como el segundo idioma oficial del Gobierno, establece su utilización en las poderes ejecutivo, legislativo y judicial y deroga la Ley 1-1993, que establecía la oficialidad de ambos idiomas al mismo nivel.

⁹⁹ Fernández Vítóres, David. "El español un alengua viva", 2015. Informe del Instituto Cervantes.

Tabla 10 Número de usuarios potenciales del español

	Mundo hispanico	Fuera mundo hispanico	Totales
<i>Grupo de dominio nativo (GDN)</i>	423.252.042	44.549.410	467.801.452
<i>Grupo de competencia limitada (GCL)</i>	24.082.973	45.840.021	69.922.994
<i>Grupo de aprendices de lengua extranjera (GALE)</i>			21.252.789
<i>Grupo Usuarios potenciales</i>			558.977.235

Fuente: "El español: una lengua viva" a partir de estimaciones del Instituto Cervantes, registros de residentes extranjeros y otras fuentes.

Estas estimaciones vuelven a poner de manifiesto que el gran valor del español proviene del grupo de hablantes nativos del mundo hispanico que representa más del 75% de usuarios potenciales del idioma, mientras que la cifra de estudiantes de E/LE no supera el 4%.

Despertar el interés de los posibles estudiantes representa un reto a la vez que una asignatura pendiente para los gobiernos de los países hispanohablantes y para los organismos responsables de la difusión de la lengua española.

A la hora de mostrar el atractivo del español hay que tener en cuenta el peso de Estados Unidos pues más de 40 millones de hablantes nativos de español habitan este país representando el 13% de su población total y el 10% de los hispanohablantes del mundo.

IV.1.4 Proyecciones de población hispanohablante

Según las previsiones de crecimiento realizadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), para 2050 la población mundial superará los 9.000 millones de habitantes debido a un crecimiento casi generalizado en todas las grandes regiones del planeta. África duplicará su población y será la región que experimentará el mayor crecimiento mientras que Europa experimentará una pérdida de población del 4%.

Tabla 11 Población mundial por grandes áreas

Previsiones ONU (Millones)	2015	2030	2050	2100
Mundial	7.349	8.501	9.725	11.213
África	1.186	1.679	2.478	4.387
Asia	4.393	4.923	5.267	4.889
Europa	738	734	707	656
América Latina y Caribe	634	721	784	721
América del Norte	358	396	433	500
Oceanía	39	47	57	71

Fuente: Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y sociales, División de Población (2015).
Word Population Prospects: The 2015 Revision. New York: United Nations.

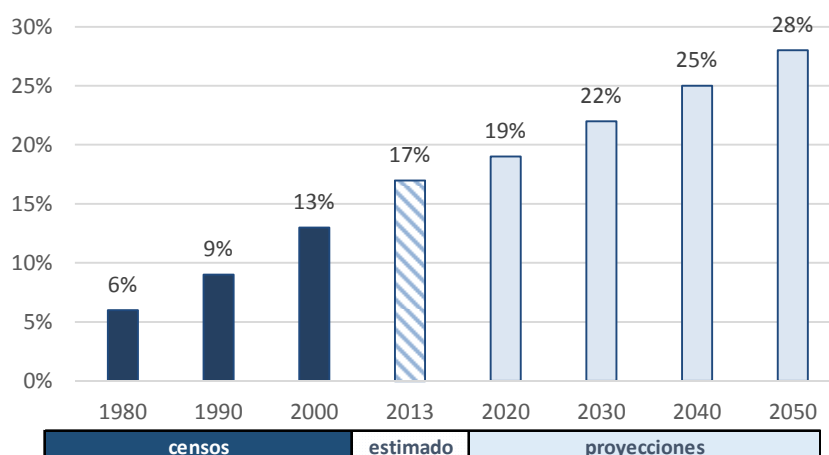
Por otro lado, las Américas (Norte, Latina y Caribe), regiones que concentran la mayor parte de hispanohablantes, tendrán un crecimiento de población superior al 10%.

La evolución del espacio hispanohablante¹⁰⁰ será parecida, con crecimiento generalizado de la población en valor absoluto y ligera pérdida del peso porcentual respecto a la población total. Por países, Cuba y España serán los únicos que vean disminuir su población en un 9% y 3% respectivamente en el horizonte de 2050.

Los hispanohablantes de los Estados Unidos. Un caso particular.

Las previsiones del censo de los Estados Unidos para 2050 apuntan hacia un incremento del número y porcentaje de la población de origen hispanico en el país.

Gráfico 23 Evolución de la población hispana en Estados Unidos (1980-2050)



Fuente: Oficina del Censo de los Estados Unidos

¹⁰⁰ Países con español como lengua oficial más Puerto Rico

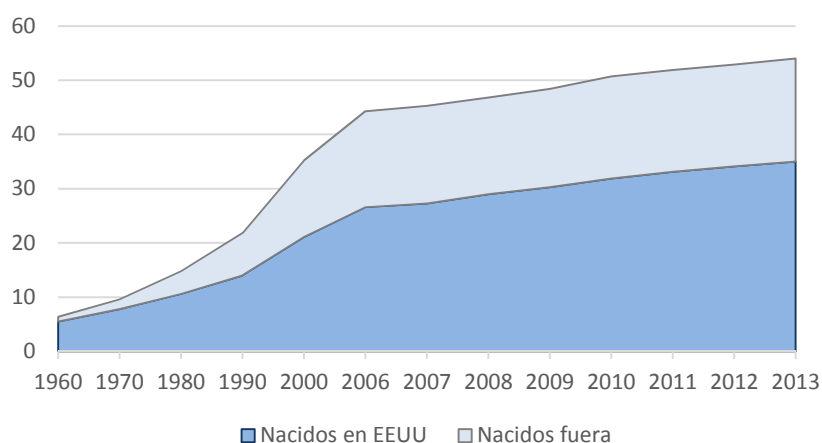
El origen de los emigrantes hispanos en Estados Unidos es diverso, aunque la gran mayoría proviene de México que, con 34,5 millones de habitantes, representa más del 64% de la población de origen hispano¹⁰¹. A continuación se encuentra Puerto Rico con más de 5 millones y entre ambos suman casi el 75% de todos los emigrantes de origen hispano del país.

Según un estudio realizado por el Pew Research Center¹⁰² sobre la identidad de los “hispanos” en los EEUU, el 38% de los encuestados son “**hispanodominantes**”¹⁰³, otro 38% se declaran **bilingües** y el 24% restante sería “**anglodominante**”¹⁰⁴.

Según este estudio, los hispanos creen que aprender inglés es importante. Cerca del 87% dice que los inmigrantes hispanos adultos necesitan aprender inglés para tener éxito en los Estados Unidos y desean que, en el futuro, sus descendientes hablen español. El 95% de los hispanos cree que es muy importante (75%) o bastante importante (20%) para las futuras generaciones de hispanos en los EE.UU ser capaces de hablar español.

Para los próximos años se prevé una ralentización de la emigración y un aumento del porcentaje de hispanos nacidos en los Estados Unidos. La población de origen hispano seguirá aumentando a un ritmo ligeramente inferior al experimentado los últimos años.

Gráfico 24 Origen de nacimiento de la población hispana en Estados Unidos (millones)



Fuente: Pew Research Center. Hispanic Trends.

¹⁰¹ Pew Research Center. Hispanic Trends. <http://www.pewhispanic.org/>. Consultado el 2/10/2015

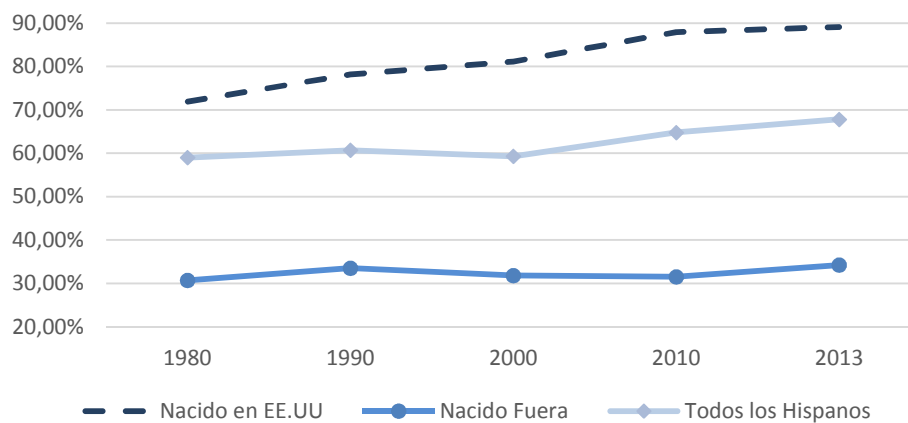
¹⁰² Taylor, P, Lopez, M, Martinez, J, Velasco, G, “When Labels Don’t Fit: Hispanics and Their Views of Identity”, 2012. Pew Research Center. <http://www.pewhispanic.org/2012/04/04/when-labels-dont-fit-hispanics-and-their-views-of-identity/>. Consultado el 02/10/2015

¹⁰³ Que sobre todo usan el español para comunicarse.

¹⁰⁴ Que sobre todo usan el inglés para comunicarse.

Este cambio puede tener implicaciones sobre el uso de la lengua ya que, según el estudio, el porcentaje de “hispanos” que se declara “anglodominante” es del 51% entre los nacidos en EE.UU.

Gráfico 25 Población hispana que habla inglés en el hogar o habla inglés muy bien (%)



Fuente: Pew Research Center. Hispanic Trends.

Por tanto, el incremento del número de nacimientos de hispanos registrado en los EE.UU favorece la adopción del inglés entre este colectivo pues las nuevas generaciones son más receptivas a la incorporación de la lengua y a la asimilación cultural del país de acogida.

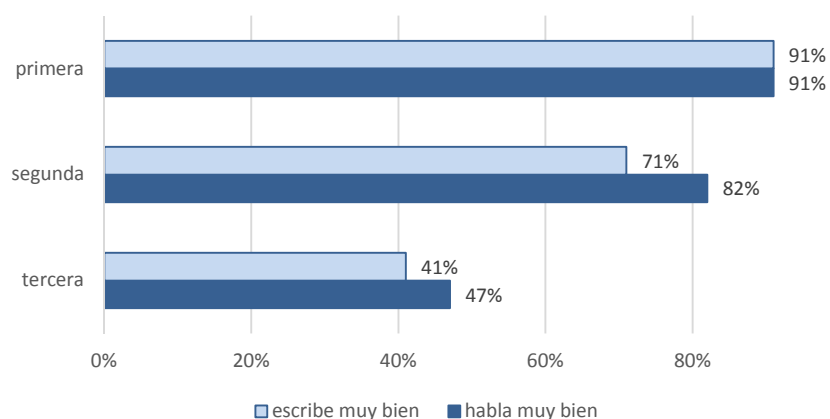
Por otro lado la implantación del inglés entre la población de origen hispano aumenta con el nivel educativo de manera que el segmento más instruido posee un mejor dominio y realiza un mayor uso del inglés en su hogar y vida cotidiana.

El paso del tiempo en EE.UU favorece el aprendizaje del inglés y los hispanos que llevan más años en el país lo aprenderán y lo usarán más que los recién llegados. ¿Pero qué efecto puede tener esto en la lengua española?

Volviendo al estudio de Pew Research Center¹⁰⁵, las segundas y terceras generaciones de emigrantes hispanos van mejorando sus habilidades leídas y escritas en inglés al tiempo que las pierden en español.

¹⁰⁵ Taylor, P, Lopez, M, Martinez, J, Velasco, G, “When Labels Don’t Fit: Hispanics and Their Views of Identity”, 2012. Pew Research Center. <http://www.pewhispanic.org/2012/04/04/iv-language-use-among-latinos/>. Consultado el 02/10/2015

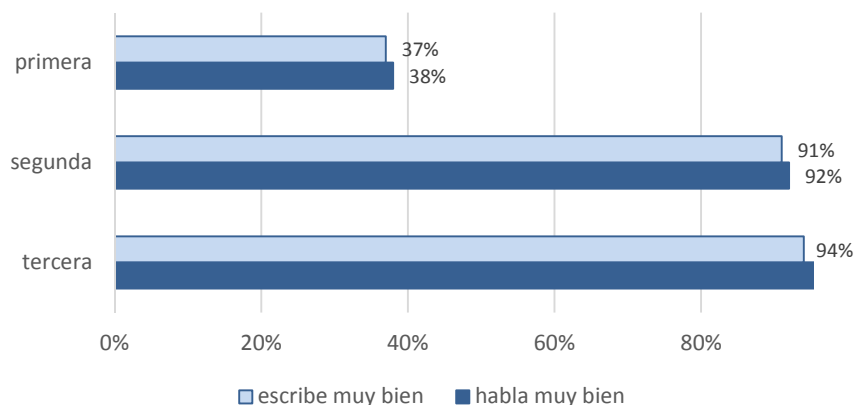
Gráfico 26 Habilidades habladas y escritas en español por generación de la población de origen hispano en Estados Unidos.



Fuente: Pew Research Center. Hispanic Trends.

En torno al 80% de encuestados declara hablar y escribir muy bien en español. Sin embargo, esta proporción decrece a medida que se suceden las generaciones descendientes de emigrantes. A partir de la tercera generación el dominio del idioma de origen va perdiéndose, especialmente la escritura.

Gráfico 27 Habilidades habladas y escritas en inglés por generación de la población de origen hispano en Estados Unidos.



Fuente: Pew Research Center. Hispanic Trends.

Por el contrario, las habilidades en el inglés escrito y hablado van mejorando a partir de la segunda generación de emigrantes hispanos.

Como conclusión y consciente de la dificultad de realizar estimaciones precisas, según las previsiones de los organismos oficiales, en los próximos años la población hispanohablante seguirá en aumento aunque su peso relativo a nivel mundial se verá reducido por el

importante crecimiento de población en otras regiones del planeta, notablemente en el continente Africano.

En Estados Unidos, la proporción de población de origen hispano seguirá creciendo aunque a un ritmo menor. Según las previsiones, habrá cada vez un número mayor de población hispana nacida dentro del país, pero con las segundas y terceras generaciones uso del inglés se irá generalizando en detrimento del español.

Por lo tanto, si se cumplen estas proyecciones, se puede aventurar que el devenir del peso relativo de la población hispanohablante con dominio nativo está sujeto a tendencias que lo llevarán hacia la estabilización o la reducción de su presencia a nivel global. De aquí el interés en su difusión a través de la enseñanza.

IV.1.5 El español y la cultura de los países hispanohablantes

Un elemento clave en la elección de una lengua extranjera es el factor cultural al que esta se asocia así como la imagen transmitida por su comunidad lingüística. Estos aspectos están relacionados con el concepto de poder blando o influencia que una comunidad realiza mediante la cultura.

La edición de libros es una de las industrias culturales vinculadas a la lengua con mayor peso económico. Dado el predominio de Internet como medio de comunicación, es fundamental conocer el comportamiento de una lengua en la red a la hora de determinar su papel en el contexto internacional. Veremos seguidamente la posición que ocupa la lengua española en relación a estos aspectos.

Según el Index Translationum publicado por la UNESCO¹⁰⁶, el español es el tercer idioma, después del alemán y el francés, como lengua de destino en traducciones de obras originales de otras lenguas.

¹⁰⁶ http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=7810&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (consultado el 02/10/2015)

Tabla 12 Principales lenguas destino de traducción

Lengua de traducción		
1)	Alemán	301.934
2)	Francés	240.044
3)	Español	228.557
4)	Inglés	164.499
5)	Japonés	130.649
6)	Neerlandés	111.270
7)	Ruso	100.806
8)	Portugués	78.905
9)	Polaco	76.706
10)	Sueco	71.209

Fuente: Index Translationum

Sin embargo, el español ocupa el sexto puesto como lengua de origen de las obras traducidas a otros idiomas, por debajo del italiano.

Tabla 13 Principales lenguas origen de traducción

Lengua de origen		
1)	Inglés	1.264.943
2)	Francés	225.745
3)	Alemán	208.060
4)	Ruso	103.587
5)	Italiano	69.538
6)	Español	54.535
7)	Sueco	39.976
8)	Japonés	29.241
9)	Danés	21.250
10)	Latín	19.951

Fuente: Index Translationum

La lengua española se encuentra mejor posicionada en el ranking como destino de traducciones que como lengua generadora de obras traducidas a otros idiomas. Esto pone de manifiesto que el mundo hispano actúa más como mercado receptor de obras que como generador de contenidos susceptibles de ser traducidos.

IV.1.6 El español virtual

Un nuevo terreno de trabajo

La presencia en Internet puede medirse en términos de usuarios de la red y en base al grado de penetración del uso entre los habitantes de un país. Países desarrollados como Reino Unido, Alemania o Japón ocupan los primeros lugares en cuanto a tasa de penetración de Internet entre su población total.

A final de 2013, el país con mayor número de internautas a nivel mundial era China con 620,9 millones de usuarios y una tasa de penetración del 45%¹⁰⁷. En segundo lugar, a bastante distancia en número de usuarios, se encuentra Estados Unidos cuyos 268,5 millones usuarios suponen una tasa de penetración de Internet del 84,2%.

El primer país del espacio hispanohablante en número de usuarios es México que, a nivel global, se encuentra en el puesto 12 con una tasa de penetración de 53,5%. España, ocupa la posición 20 en número de usuarios y, con una tasa de penetración del 74,8%, es el segundo país hispanohablante con más usuarios.

El número de usuarios de Internet que habla español ha crecido mucho en los últimos años, pero el índice de penetración (50%) sigue siendo pequeño entre los países hispanohablantes. Esto se puede interpretar como un importante potencial de desarrollo del español en la red que se desarrollará en la medida que el acceso a la red se vaya generalizando entre la población. Nos encontramos una situación dispar que varía de países como Argentina con un 75% a otros, como Nicaragua, con tasa de penetración es del 15%.

El inglés es la lengua más utilizada de la red con un 26% de los usuarios seguido por el chino que es empleada por el 23,2% de los internautas. Más de la mitad de los usuarios de la red utiliza alguna de estas lenguas. El español aparece en tercera posición con 222,4 millones de usuarios que representan el 7,9% del total.

¹⁰⁷ <http://www.Internetworldstats.com/>

Tabla 14 Diez idiomas más usados en la web (diciembre 2013)

	Nº usuarios de Internet	Penetración de Internet (% Población)	Aumento de Usuarios (2000 - 2013)	% Usuarios de Internet (Participación)	Estimación hablantes (2014)
Inglés	800.625.314	58,4 %	468,8 %	28,6 %	1.370.977.116
Chino	649.375.491	46,6 %	1.910,3 %	23,2 %	1.392.320.407
Español	222.406.379	50,6 %	1.123,3 %	7,9 %	439.320.916
Árabe	135.610.819	36,9 %	5.296,6 %	4,8 %	367.465.766
Portugués	121.779.703	46,7 %	1.507,4 %	4,3 %	260.874.775
Japonés	109.626.672	86,2 %	132,9 %	3,9 %	127.103.388
Ruso	87.476.747	61,4 %	2.721,8 %	3,1 %	142.470.272
Alemán	81.139.942	85,7 %	194,9 %	2,9 %	94.652.582
Francés	78.891.813	20,9 %	557,5 %	2,8 %	377.424.669
Malayo	75.459.025	26,6 %	1.216,9 %	2,7 %	284.105.671
Total 10 Idiomas	2.362.391.905	48,5 %	696,1 %	84,3 %	4.856.715.562
Resto de idiomas	440.087.029	19,0 %	585,2 %	15,7 %	2.325.143.057
Total mundial	2.802.478.934	39,0 %	676,3 %	100,0 %	7.181.858.619

Fuente: <http://www.Internetworldstats.com> (consultado el 27/09/2015)

La generalización del uso de Internet no significa que el peso relativo del español en la red mejore necesariamente. Otros idiomas, como el chino o el francés, también verán aumentar sus usuarios a medida que se democratice el acceso a Internet entre sus hablantes. Es probable, por tanto, que el español no llegue a superar el lugar destacado que ocupa en cuanto a usuarios en la red.

Los internautas españoles. España a la cabeza

Además del número de usuarios en Internet, el dinamismo de la lengua se mide a través del uso que estos hacen de ella en las diferentes redes sociales.

Veamos el peso y las características de las acciones de los hispanohablantes en dos de los instrumentos más extendidos en la red: Wikipedia y redes sociales (Facebook y Twitter).

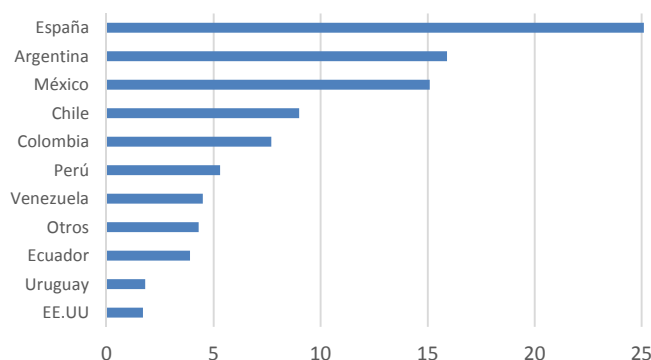
“**Wikipedia en español**” es la edición en idioma español de Wikipedia. Cuenta con 1.203.482 páginas válidas de contenido y ocupa el décimo puesto en la estadística de las distintas versiones por idiomas. A 16 de mayo de 2013, Wikipedia en español tenía un total de 991.440 artículos, 27.687 anexos y 207.115 categorías.

A fecha de noviembre de 2014, era la tercera en cuanto al número de **visitas** mensuales (con 912 millones de consultas por mes) después de Wikipedia en inglés (que tenía 6.104 millones) y en ruso (1.116 millones).

Wikipedia en español es la segunda con mayor cantidad de **usuarios** después de la Wikipedia en inglés. Sin embargo, ocupa a veces el sexto lugar y a veces el séptimo en número de **artículos**, por debajo de otras Wikipedias dedicadas a lenguas con menor número de hablantes como el alemán, el francés, el neerlandés y el italiano.

Por país de origen, España fue el principal contribuyente a la Wikipedia en español (32,1% de las ediciones), seguido de Argentina (14,1%), México (12,6%), Chile (9,3%), Colombia (8,2%), Perú (4,7%), Venezuela (3,5%), Uruguay (2,7%), Ecuador (1,6%) y Estados Unidos (1,5%).

Gráfico 28 Ediciones Wikipedia español por país (%)



Fuente: Wikipedia. Consultado el 27/09/2015. Elaboración propia.

Por número de usuarios, según la propia Wikipedia “en agosto de 2013, se *autocategorizaron* 10.117 usuarios pertenecientes a setenta y dos países, incluidos los veinticuatro países hispanohablantes. Una de las características de Wikipedia en español es su impronta multinacional”. El país que registra mayor número de usuarios per cápita es Uruguay seguido por Andorra, España, Chile y Argentina.

Pero una producción aún débil

La propia Wikipedia realiza las siguientes críticas a Wikipedia en español:

- **Baja cantidad de artículos:** Wikipedia se plantea la paradoja de que un idioma con tantos hablantes registre una actividad menor que otras lenguas que superan al español en número de artículos a pesar de ser idiomas con un número menor de hablantes nativos.
- **Falta de fiabilidad:** El Profesor Manuel Arias Maldonado de la Universidad de Málaga comparó algunos artículos de las versiones de Wikipedia en español, alemán e inglés. De acuerdo con sus conclusiones, la versión en español de la Wikipedia es la menos fiable, la más engorrosa y la más imprecisa de las tres. Por lo general carece de fuentes fiables, tiene muchos datos sin referencias y además depende de las referencias en línea.
- **Corto período de actividad** de los usuarios: La Wikipedia en español era en 2009, junto con las Wikipedia en inglés y en portugués, la que más usuarios registrados perdía antes de llegar a los 500 días de actividad (alrededor del 70 %)
- **Castellanización de topónimos:** Referida a la política de Wikipedia en español de usar solo topónimos en español.
- **Borrado de artículos:** sobre artículos que son borrados bajo el criterio de políticas que exigen relevancia enciclopédica.
- **Bloqueo de otros medios:** Otra crítica a la enciclopedia libre se refiere al bloqueo realizado a algunas páginas de Internet.

¿Y en las redes sociales?

Entre los usuarios de Facebook, el inglés sigue siendo el líder indiscutible en cuanto a lenguas utilizadas. Sin embargo, el español se coloca en segundo lugar como idioma más utilizado. Los 142,8 mil usuarios¹⁰⁸ en español representan la mitad que los usuarios en inglés y el triple de usuarios de habla portuguesa que siguen en tercer lugar.

¹⁰⁸ Ssocialbakers (2012)

Tabla 15 Usuarios de Facebook por lengua (2012)

Inglés	359.828.280
Español	142.865.540
Portugués	58.539.940
Francés	44.374.740
Indonesio	43.807.940
Turco	31.742.540
Alemán	30.769.220
Italiano	23.864.820
Árabe	20.161.280
Chino	20.114.760

Fuente: Socialbakers (2012). Elaboración propia

En Twitter, el idioma español se sitúa en segundo lugar en número de usuarios registrados y su distancia con el inglés es más reducida que en Wikipedia y Facebook.

Respecto al volumen de mensajes enviados, el español se sitúa en tercer lugar tras el japonés y el inglés. La lista de los diez idiomas más empleados en Twitter son los siguientes:

Tabla 16 Idiomas más empleados en Twitter (2012)

% uso de lenguas en Twitter		
1)	Inglés	51%
2)	Japonés	14,8
3)	Español	13,43
4)	Portugués	5,1
5)	Indonesio	3,25
6)	Árabe	3,17
7)	Francés	2,44
8)	Turco	1,84
9)	Ruso	1,32
10)	Coreano	1,05

Fuente: GNIP, citados en "El español lengua viva"

Aunque los datos de participación del español y los hispanohablantes en Facebook y Twitter son relativos y no contemplan todas las lenguas ni son las únicas redes sociales existentes en el mundo, podemos decir que el español es un idioma importante en cuanto a número de usuarios. Sin embargo, el dinamismo de estos no es muy destacado en la creación de artículos en Wikipedia cuya actividad se presenta menor de lo que cabría esperar para una lengua de las dimensiones del español.

Cabe aquí la reflexión sobre si esos datos muestran algún perfil de la comunidad hispanohablante y si la imagen que se proyecta de la lengua y la cultura españolas es la mejor para atraer posibles estudiantes de E/LE.

IV.1.7 El español y los factores económicos

Diversos factores económicos pueden pesar en la decisión de los potenciales estudiantes a la hora de elegir qué lengua extranjera van a estudiar. Estos se asocian a la riqueza del espacio lingüístico, a las posibilidades de comercio exterior y al grado de desarrollo del país o países en los que la lengua es utilizada.

La riqueza de los hispanohablantes en PIB

El indicador más empleado para medir la riqueza económica de un país es el PIB. Dada la falta de datos del espacio hispanohablante, para conocer su peso económico como conjunto y poder establecer comparaciones se han agrupado los datos del PIB de cada uno de los países que componen el espacio.

Tabla 17 PIB del Espacio Hispanohablante (2014)

<i>País</i>	<i>PIB (US\$ a precios actuales)</i>	<i>PIB per cápita (US\$ a precios actuales)</i>
<i>España</i>	1.404.306.536.058	30.262,20
<i>México</i>	1.282.719.954.862	10.230,20
<i>Argentina</i>	540.197.457.444	12.568,60
<i>Venezuela</i>	509.964.084.931	16.614,50
<i>Colombia</i>	377.739.622.866	7.903,90
<i>Chile</i>	258.061.522.887	14.528,30
<i>Perú</i>	202.902.760.293	6.550,90
<i>Puerto Rico</i>	103.134.778.000	28.681,70
<i>Ecuador</i>	100.543.173.000	6.322,30
<i>Cuba</i>	68.990.140.000	6.789,80
<i>Rep. Dominicana</i>	63.968.961.563	6.147,30
<i>Guatemala</i>	58.728.232.327	3.667,00
<i>Uruguay</i>	57.471.277.325	16.806,80
<i>Costa Rica</i>	49.552.580.683	10.415,40
<i>Panamá</i>	46.212.600.000	11.948,90
<i>Bolivia</i>	34.175.832.127	3.235,80
<i>Paraguay</i>	30.984.747.863	4.728,70
<i>El Salvador</i>	25.220.000.000	4.129,20
<i>Honduras</i>	19.385.309.986	2.434,80
<i>Guinea Ecuatorial</i>	14.308.094.225	17.430,10
<i>Nicaragua</i>	11.805.641.287	1.963,10
TOTAL EHA	5.243.408.551.176	

Fuente: data.worldbank.org

Obtenemos un PIB del espacio hispanohablante de más 5 billones de dólares estadounidenses a precios actuales, lo que representa casi el 7% del PIB mundial calculado con los datos ofrecidos por el Banco Mundial para el año 2014¹⁰⁹.

En términos comparativos, el espacio hispanohablante tiene un peso que aunque es elevado, se situaría por debajo del porcentaje que representó el PIB del espacio francófono¹¹⁰ durante el periodo 2000-2009 cuya media se fue del 8'78% respecto del total mundial. Este valor es inferior al de países como EEUU que, por sí solo, en 2014 superó el 22% del PIB mundial o China cuyo PIB se sitúa por encima del 13% global¹¹¹.

España y México son los países con mayor PIB dentro del conjunto de hispanohablante. Ambos suman más de la mitad del total de la zona situándose cada uno muy por encima del billón de dólares actuales.

El PIB es un indicador del tamaño económico de un país, pero no de su nivel de vida. Resulta más útil utilizar el PIB per cápita como instrumento que suministra información complementaria sobre la riqueza de un país. Para conocerlo se ha estimado un PIB per cápita para el espacio hispanohablante resultado de dividir el PIB del conjunto de países que lo componen entre la suma total de sus habitantes. De esta operación obtenemos un valor para 2014 de 11.674 dólares actuales por habitante.

Se aprecian diferencias significativas entre los países. España estaría a la cabeza con un PIB per cápita superior a los 30 mil dólares seguido de Puerto Rico con más de 28,5 mil.

En la parte inferior de la tabla se encuentran Nicaragua y Honduras con 1.963 y 2.434 dólares actuales per cápita respectivamente. En Estados Unidos, los ingresos medios de los hogares de origen hispano son inferiores a la media del país¹¹². Un hogar medio estadounidense en 2012 registró unos ingresos de 49.900 \$, mientras que la media de los hogares hispanos fue de 40.000\$.

¹⁰⁹ <http://data.worldbank.org/>. Consultado el 02/10/2015.

¹¹⁰ Carrère, C. y Masood, M. «*Le poids économique des principaux espaces linguistiques dans le monde*», (2013)[archive] (Consultado el 30 de septiembre de 2015).

¹¹¹ <http://data.worldbank.org/>. Consultado el 02/10/2015.

¹¹² <http://www.pewhispanic.org/2012/06/27/v-economics-and-health-insurance/>

Por país de origen, los hogares ecuatorianos y colombianos serían los mejor situados con 50 mil y 49,5 mil dólares respectivamente, mientras que los puertorriqueños y dominicanos ocupan los últimos lugares con 36 mil y 34 mil dólares cada uno. Los hogares de origen mexicano, el grupo más numeroso, contaron en 2012 con unos ingresos medios de 38.700 dólares, también debajo a la media del país.

No obstante, la riqueza económica no lo es todo y es necesario contrastarla con otros indicadores para conocer el grado de desarrollo de un territorio. El desarrollo humano busca ir un paso más allá en las mediciones que utiliza, no solo por el hecho de medir un fenómeno sino por el propósito de alimentar el pensamiento innovador en torno a la idea de que el desarrollo es mucho más que el nivel de ingresos.

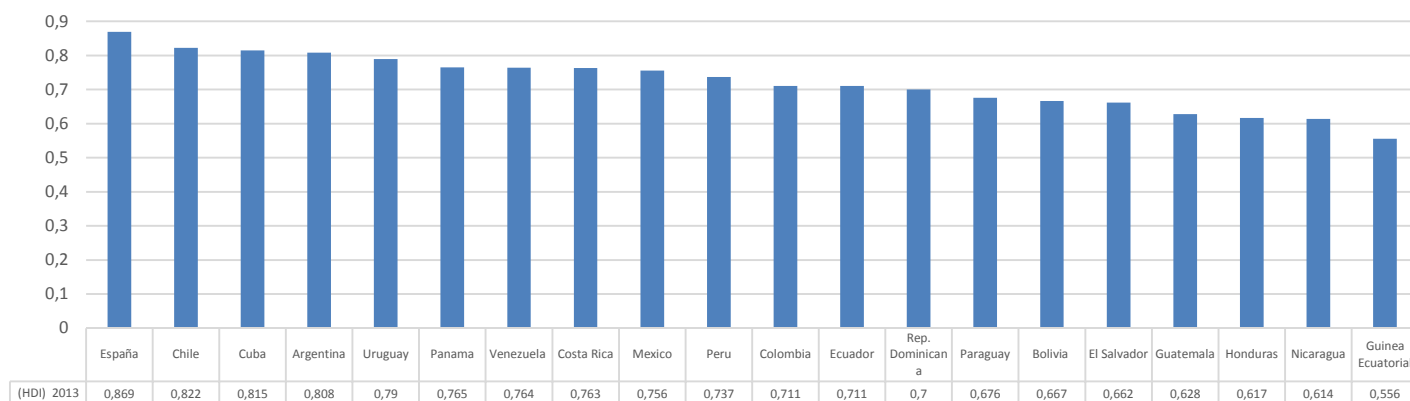
Índice de Desarrollo Humano

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) mide el progreso medio de un país en tres dimensiones básicas: disfrutar de una vida larga y saludable, acceso a educación y nivel de vida digno. Con el fin de permitir comparaciones entre países, la ONU, a través del PNUD¹¹³, calcula el IDH, en la medida de lo posible, sobre la base de datos de los principales organismos internacionales y de otras fuentes fiables disponibles cuando se redacta el Informe. La cantidad de países cubierta por el IDH viene determinada por la disponibilidad de datos.

En consonancia con el comportamiento de los indicadores anteriores, el espacio hispanohablante se caracteriza por presentar valores de IDH muy dispares entre los países que lo componen.

¹¹³ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Gráfico 29 Índice de Desarrollo Humano del Espacio Hispanohablante en 2013



Fuente: PNUD. Elaboración propia.

El país hispanohablante mejor situado en el ranking mundial es España que en 2013 ocupó el puesto número 27 con un IDH igual a 0,869. El último puesto entre los países hispanohablantes es para Guinea Ecuatorial que con un IDH de 0,614, se situó en la posición 144 del ranking mundial. El valor medio del IDH registrado en la región de América Latina y Caribe fue de 0,74, superior a la media mundial de 0,702.

A la luz de estos valores y aunque la mayoría de los países del espacio hispanohablante no se encuentra entre los mejor posicionados en los indicadores económicos analizados, se puede concluir que no se hallan en los niveles de pobreza de otras zonas del planeta como África o Asia.

Comercio Internacional

Compartir una lengua permite acceder con mayor facilidad al mercado internacional de los países en los que esta es hablada mayoritariamente. El volumen agrupado de operaciones comerciales de los países del espacio hispanohablante superó el billón de dólares tanto en exportaciones como en importaciones. Este resultado se ha obtenido de la suma de los valores más recientes ofrecidos por el Banco Mundial para cada país. No se ha incluido Puerto Rico por falta de datos.

Tabla 18. Comercio internacional del Espacio Hispanohablante (2013)

	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
ARGENTINA	76.633.914	73.655.454
BOLIVIA	12.207.463	10.388.265
CHILE	77.367.263	79.616.353
COLOMBIA	58.821.870	59.381.197
COSTA RICA	11.472.064	18.124.469
ECUADOR	24.957.644	27.064.499
EL SALVADOR	5.491.094	10.771.953
ESPAÑA	310.963.648	332.266.846
GUATEMALA	10.065.329	17.503.978
HONDURAS	4.696.174	8.646.776
MEXICO	380.122.814	381.210.149
NICARAGUA	4.594.148	5.498.844
PANAMÁ	843.913	13.024.021
PARAGUAY	9.432.252	12.142.040
PERU	41.871.689	43.357.295
REP DOMININCANA	6.902.481	19.200.466
URUGUAY	9.065.754	11.642.380
VENEZUELA	87.961.213	44.951.787
TOTAL EHA	1.133.470.726	1.168.446.771
MUNDIAL (2013)	20.291.614.000	17.919.887.000
%EHI/MUNDIAL	5,6%	6,5%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia.

México y España lideran los flujos comerciales del espacio hispanohablante y entre los dos superan el 60% de las exportaciones e importaciones realizadas por los países hispanohablantes.

El volumen de exportaciones realizadas por los países del espacio hispanohablante en 2013¹¹⁴, ascendió a 1.133.470.726 dólares estadounidenses mientras que las importaciones se situaron 1.168.446.771 dólares estadounidenses. Según estos cálculos¹¹⁵, estas cifras representarían un 5,6% de las exportaciones y un 6,5% de las importaciones mundiales realizadas el mismo año.

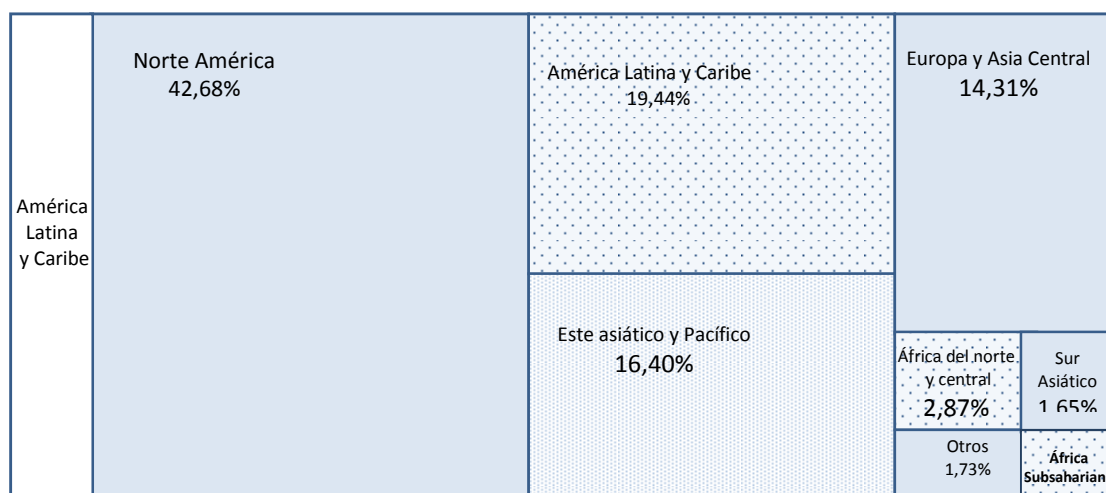
¹¹⁴ <http://wits.worldbank.org/>

¹¹⁵ Se ha agrupado los datos ofrecidos por el Banco Mundial para cada uno de los países hispanohablantes para obtener el valor total del conjunto y ponerlo en relación al volumen mundial de transacciones calculado por el propio Banco Mundial.

El volumen de actividad comercial del espacio hispanohablante es relativamente pequeño. En términos comparativos, países como Estados Unidos, China y Alemania¹¹⁶ por sí solos tendrían cuotas individuales de mercado superiores al conjunto de países del espacio hispanohablante. En concreto, China acaparó en torno al 10% de las importaciones y exportaciones globales realizadas ese año. Las exportaciones de Estados Unidos fueron del 7,8% y sus importaciones representaron el 12,6% de las realizadas mundialmente. El peso mundial de Alemania en 2013 fue de un 7% para las exportaciones e importaciones. El conjunto de países francófonos representó en torno al 13% de las importaciones y algo menos del 12% de las exportaciones mundiales realizadas durante 2010

El área principal de compra y venta de la región de América Latina y Caribe fue Norte América. En cuanto a las exportaciones, el segundo gran bloque de intercambio está configurado por la propia zona, es decir países pertenecientes a la misma región. El tercer destino de las exportaciones de América Latina y Caribe está formado por el Este y Pacífico mientras que el cuarto corresponde a la región de Europa y Asia central.

Gráfico 30 Exportaciones por región en el área de América Latina y Caribe



Fuente: <http://wits.worldbank.org/> (2013)

En cuanto a las exportaciones el segundo lugar de origen de los proveedores de los países del espacio hispanohablante lo ocupa la región del Este Asiático y Pacífico, tras Norte América. Las operaciones intrazona o compras a países dentro de la región de América Latina y Caribe se situarían en tercer lugar.

¹¹⁶ EEUU X: 1.577.587.000 USD EEUU M: 2.265.911.000 USD / China X: 2.209.007.000 USD China M 1.949.992.000 USD / Alemania X: 1.458.647.000 USD, Alemania M: 1.194.483.000 USD. Datos del banco mundial para 2013. Consultado el 03/010/2015

Gráfico 31 Importaciones por región en el área de América Latina y Caribe

América Latina y Caribe	Norte América 32,58%	América Latina y Caribe 17,61 %		Europa y Asia Central 16,40%	
	Este asiático y Pacífico 26,37%	Otros 2,13 %	África del norte y central 1,77 %	África Subsahariana 1,62	Sur Asiático 1,54%

Fuente: <http://wits.worldbank.org/> (2013)

Los principales mercados de la zona de Latinoamérica y Caribe fueron, por este orden, Estados Unidos y China. Juntos supusieron casi la mitad de todas las transacciones de compra y venta de la zona. Brasil ocupa el tercer lugar como país proveedor con casi el 4,5% de las importaciones y es, a su vez, el cuarto cliente con algo más del 3,5% de las exportaciones realizada por los países del área.

En definitiva, el comercio internacional en la región de los países hispanohablantes tiene un peso relativo en el conjunto mundial y el condicionante lingüístico y la proximidad cultural, aunque ayudan y favorecen las operaciones, no lo es todo a la hora de comprar y vender fuera de las fronteras de un país.

En conclusión

Calvet (2007) afirma que la intervención humana en la lengua o en las situaciones lingüísticas no es una novedad. Siempre hubo individuos intentando legislar, dictar el uso corrector o intervenir en la forma de la lengua. De igual modo, el poder político siempre privilegió a alguna lengua al escoger gobernar el Estado en una lengua que se impone a la mayoría.

Muchos factores inciden sobre la evolución del español, sus perspectivas de futuro y, por tanto, sobre las decisiones de los potenciales estudiantes que deciden invertir tiempo y dinero en el aprendizaje de una lengua extranjera.

El español se encuentra bien situado en relación a los factores demográficos, aunque existen estimaciones de tendencia poblacional que, si se cumplen, harán que el peso relativo de los hispanohablantes en el mundo se vea reducido en los próximos años.

Sobre los aspectos culturales, podemos decir que no hay una imagen única de la cultura hispanohablante. Diversos indicadores muestran que algunos países como España, Cuba o México tienen una presencia relativamente importante en elementos como el poder blando o el Índice de presencia global del Real Instituto Elcano.

En cuanto al comportamiento de la cultura en términos de traducciones de libros o artículos aparecidos en Wikipedia, el idioma español no se caracteriza por su proactividad actuando sobre todo como receptivo de contenidos. El número de artículos en la Wikipedia en español no corresponde al importante número de usuarios y consultas en español que se registran. En cuanto a las traducciones de libros, el español se encuentra mejor situado en el ranking de lenguas de destino de obras originales de otros idiomas que en el número de obras en español traducidas a otros idiomas.

Económicamente existen grandes disparidades entre los países hispanohablantes. Salvo España, México, Argentina y Chile, las cifras de riqueza, desarrollo y comercio internacional suelen situarse en niveles medios y bajos aunque no podemos decir que se encuentre entre los peor situados del planeta. El idioma español se encuentra bien posicionado en el “mercado de las lenguas” destacando por el número de hablantes nativos.

Según la investigación de Carrère y Masood (2014), el espacio hispanohablante se caracteriza por un elevado peso demográfico a nivel mundial. De acuerdo a las previsiones, la población de los países hispanohablantes registrará un crecimiento menor que el resto de espacios lingüísticos analizados por las autoras. Para 2050 se espera que su presencia global se mantenga estable mientras que la población del resto de espacios lingüísticos aumentará por encima de la media.

En cuanto a la riqueza per cápita, el espacio hispanohablante se situaría en la cuarta posición con una previsión de crecimiento superior al resto.

Un país hispanohablante se beneficiaría de un suplemento de comercio del 26,20% con sus socios hispanófonos en comparación con el comercio que tendrían con esos países si no

tuvieran la misma lengua, *ceteris paribus*. Compartir el idioma francés aumentaría el comercio en torno al 22,30% y el inglés un 16%.

Sin embargo, la influencia de la lengua en el coeficiente de apertura comercial (definida como el peso del comercio internacional sobre el PIB) se sitúa en valores bastante próximos entre los espacios lingüísticos, siendo el anglófono el más influyente y el español el menos.

Tabla 19 Comparativa espacios lingüísticos

	HISPANOHABLANTE	FRANCOFONO	ANGLOFONO	LUSOFONO	ARABOFONO
POBLACION	427.000.000	480.000	2.580.000.000	250.000.000	280.000.000
PESO POBLACIÓN MUNDIAL 2010	6,10%	7,00%	37,00%	3,60%	5,40%
PESO POBLACIÓN MUNDIAL 2029	6,10%	7,90%	39,60%	3,60%	6,30%
TASA CRECIMIENTO POBLACIÓN ANUAL MEDIA 2000-2010	1,26%	1,75%	1,46%	1,28%	2,12%
PESO RELATIVO EN EL PIB MUNDIAL 2010	6,80%	7,50%	39,40%	3,60%	4,50%
TASA DE CRECIMIENTO RIQUEZA 2010	2,80%	1,68%	2,54%	3,23%	4,14%
RIQUEZA PER CAPITA 2010	10.000,0	11.000,0	13.000,0	9.700,0	14.000,0
TASA CRECIMIENTO RIQUEZA PER CÁPITA 2000-2010	2,50%	1,68%	1,77%	4,06%	0,31%
PESO EN EL COMERCIO MUNDIAL	6,80%	12,50%	31,20%	2,10%	5,20%
TASA CRECIMIENTO COMERCIO MUNDIAL	7,43%	6,30%	6,11%	10,60%	10,93%
INFLUENCIA DE LA LENGUA EN EL COMERCIO BILATERAL DE SUS PAÍSES MIEMBROS	26,20%	22,30%	15,80%	71,10%	71,40%
INFLUENCIA EN LA TASA DE APERTURA COMERCIAL DE LOS PAÍSES MIEMBROS	3,03%	3,05%	4,55%	3,53%	3,08%
INFLUENCIA EN EL PIB PER CÁPITA DE SUS MIEMBROS	6,00%	6,00%	9,00%	7,00%	6,10%
INFLUENCIA EN EL NIVEL DE EMPLEO DE SUS PAÍSES MIEMBROS	0,20%	0,23%	0,35%	0,27%	0,23%

Fuente: Carrère, C. y Masood, M. (2014). Elaboración propia

Las autoras concluyen que a mayor PIB, menos impacto de la lengua. Para los pequeños espacios lingüísticos, el efecto esperado sobre el comercio bilateral será importante pero solo afecta a una pequeña parte del comercio de los países miembros lo que compensa el resultado global.

IV.2 POLITICAS DE DIFUSIÓN DEL ESPAÑOL

En cuanto a la dimensión territorial, la enseñanza del español como lengua extranjera puede ser abordada desde dos perspectivas. Por un lado está la enseñanza realizada en los países no hispanohablantes y por otro la formación *in situ*, relacionada frecuentemente con el turismo idiomático dentro de los países hispanohablantes. Ambas actuaciones se llevan a cabo por organismos públicos o por entidades privadas.

Hemos visto que una de las peculiaridades del español es el reducido número de estudiantes en relación al volumen de hablantes nativos. En estas circunstancias las políticas de difusión de la lengua dentro y fuera del espacio hispanohablante cobran una importancia significativa ya que permiten expandir la lengua más allá de la población hispanohablante.

Los medios utilizados en las políticas de difusión lingüística pueden ser muy variados. En el contexto internacional encontramos casos como el de Francia, con una larga tradición en la difusión de su lengua vinculada a la diplomacia del país complementada con una red internacional de colegios donde se enseña en francés. Estos instrumentos se refuerzan con las acciones conjuntas realizadas por los países que integran la Francofonía.

Los programas y políticas de difusión del español como lengua extranjera son bastante recientes. En el espacio hispanohablante, hasta ahora, esta tarea viene siendo liderada por España aunque algunos países como México y Argentina están llevando a cabo actuaciones en el mismo sentido.

El Gobierno español cuenta con dos instrumentos principales para la difusión de la lengua española. Por un lado, dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores, se está el Instituto Cervantes creado en 1991 y, por otro, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte que posee diversos programas y actuaciones distribuidos en todo el mundo con la finalidad de fomentar la enseñanza del español y prestar apoyo en los países en los que se encuentran las estructuras. Pasamos a ver con detalle cada una de estos instrumentos.

IV.2.1 Ministerio Español de Educación, Cultura y Deporte

Según recoge en su Anuario de 2014 el Ministerio tiene oficinas en 33 países de habla no hispana en los que lleva a cabo la labor de acompañar la institucionalización de la enseñanza de la lengua española como lengua extranjera en los respectivos sistemas educativos. El personal destinado en el exterior colabora con las autoridades educativas de esos países en la elaboración de los currículos de la asignatura y en la formación del profesorado de español de los diferentes países, entre otras labores.

Para ello dispone de la siguiente estructura:

Centros docentes de titularidad del Estado español. Imparten enseñanzas regladas del sistema educativo no universitario español, dirigidas indistintamente a españoles y extranjeros, con el objetivo de atender a los españoles residentes fuera de España y de proyectar la lengua, la cultura y el sistema educativo español en los países donde se sitúan.

- **Centros docentes de titularidad mixta.** Son centros cuya titularidad es compartida por el Estado español. Imparten enseñanzas de un currículo mixto que conducen a la doble titulación. Su dirección es ejercida por funcionarios españoles.

- **Centros de convenio.** Son centros iberoamericanos que han suscrito un convenio de colaboración con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte español, mediante el cual incorporan a los currículos de los sistemas educativos de sus respectivos países materias de cultura española (Literatura, Geografía e Historia de España; y en el caso de Brasil, también Lengua Española). En contrapartida sus alumnos reciben, además de la titulación correspondiente a su país, la titulación española de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, cuando cumplen los requisitos establecidos.

- **Secciones españolas en centros de titularidad de otros Estados.** Imparten enseñanzas de determinadas áreas del sistema educativo español (principalmente Lengua y Literatura y Geografía e Historia) que completan las propias de los sistemas educativos de otros países, dirigidas a alumnos españoles y extranjeros, en el marco de experiencias educativas interculturales y bilingües.

- **Secciones bilingües en centros de titularidad de otros Estados.** Imparten un complemento curricular de lengua y cultura españolas y otras asignaturas del sistema del país correspondiente, parcialmente en español.

- **Secciones españolas en Escuelas Europeas.** Imparten en lengua española las enseñanzas regladas del programa específico de dichas Escuelas en la perspectiva de una educación multicultural y plurilingüe. En las Escuelas donde no existe sección española, se imparte la enseñanza del idioma español como lengua extranjera y, en algunos casos, como lengua materna para alumnos españoles.
- **Agrupaciones y Aulas de Lengua y Cultura Españolas.** Son programas específicos para hijos de residentes españoles y tienen por finalidad la atención, en régimen de clases complementarias en horario extraescolar, de aquellos alumnos que no pueden acceder a las enseñanzas de lengua y cultura españolas en el sistema educativo en el que están escolarizados.
- **Asesores Técnicos.** Encuadrados dentro del contexto funcional y organizativo de las Consejerías de Educación, llevan a cabo labores de promoción y difusión de la lengua y la cultura españolas en sintonía con las realidades educativas, sociales y culturales de los países en los cuales están destinados.
- **Auxiliares de Conversación** en Europa, Australia, Canadá, China, Estados Unidos y Nueva Zelanda: se realiza un programa anual de intercambio de Auxiliares de Conversación de Idiomas.
- **Programa de Profesores Visitantes.** Con carácter anual se publica una convocatoria para proveer de profesorado español a centros de Canadá y Estados. En reciprocidad el Programa de Profesores Visitantes Extranjeros en España se inscribe dentro de las políticas de impulso a la enseñanza del inglés como lengua extranjera y a los programas bilingües español-inglés.

Según lo recogido en el anuario que publica el Ministerio, en términos cuantitativos las cifras de estos instrumentos serían las siguientes:

Tabla 20 Recursos del Ministerio de Educación Español en el exterior

	Nº CENTROS	Nº ALUMNOS	Nº PROFESORES
CENTROS DOCENTES TITULARIDAD ESP.	22	8.662	677
CENTROS DOCENTES DE TITULARIDAD MIXTA CON PARTICIPACIÓN DEL ESTADO ESPAÑOL	2	1.872	198
SECCIONES ESPAÑOLAS EN CENTROS EXTRANJEROS	56	10.110	89
PRESENCIA ESPAÑOLA EN ESCUELAS EUROPEAS	13	4.638	87
AGRUPACIONES Y AULAS DE LENGUA Y CULTURA ESPAÑOLAS	14	14.416	144
ASESORES TÉCNICOS	23		68
CENTROS DE CONVENIO	13	15.867	
AUXILIARES DE CONVERSACIÓN EN EXT			926
AUXILIARES DE CONVERSACIÓN EN ESPAÑA			3.663
PROFESORES VISITANTES EN EL EXTRANJERO			1.294
INSTITUTOS Y SECC. BILINGÜES PAÍSES EURO PA CENTRAL Y ORIENTAL, CHINA Y TURQUÍA	63	23774	138

El mundo estudia español (2014). Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Elaboración Propia

El ámbito geográfico se extiende a los países donde se desarrollan las acciones educativas españolas en el exterior. Más concretamente, y de acuerdo a cada tipo de actuación, está formado por los siguientes:

- Centros de titularidad del estado español: Andorra, Colombia, Francia, Italia, Marruecos, Portugal y Reino Unido.
- Centros de Titularidad Mixta: Argentina y Brasil.
- Secciones Españolas en Centros Extranjeros: Alemania, EE.UU., Francia, Italia, Países Bajos y Reino Unido.
- Escuelas Europeas: Alemania, Bélgica, España, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Reino Unido.
- Agrupaciones y Aulas de Cultura Españolas: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, EE.UU., Francia, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido y Suiza.
- Asesores Técnicos: Alemania, Andorra, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, China, EE.UU., Filipinas, Francia, Irlanda, Italia, Marruecos, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Túnez.
- Centros de Convenio: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, República Dominicana y Uruguay.
- Auxiliares de Conversación españoles en el extranjero: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, EE.UU., Francia, Irlanda, Italia, Malta, Nueva Zelanda y Reino Unido.
- Auxiliares de Conversación extranjeros en España: todas las comunidades autónomas y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.
- Profesores Visitantes: Canadá y EE.UU.
- Secciones Bilingües: Bulgaria, China, Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa, Rumanía, Rusia y Turquía

La mayor concentración geográfica de estas estructuras se sitúa en el entorno europeo.

IV.2.2 Ministerio Español de Asuntos Exteriores. El Instituto Cervantes

Según se recoge en su web, para este ministerio la cultura constituye uno de los elementos esenciales de la imagen de marca país de España. Para ello cuenta con diversas instituciones y organismos públicos encargados de proyectar esta imagen en el exterior:

- La Dirección de Relaciones Culturales y Científicas de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) actúa como entidad coordinadora de las relaciones culturales internacionales y la red de Representaciones y Centros Culturales dependientes del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- El Instituto Cervantes, cuya labor más destacada es la difusión de la lengua española, pero también de la cultura en español.
- La Dirección General de Política e Industrias Culturales de la Secretaría de Estado de Cultura
- La Sociedad Estatal Acción Cultural Española (AC/E).
- La Fundación Carolina, centrada en el ámbito educativo y científico.
- El ICEX que lleva a cabo labores de fomento de la exportación también en materia cultural.

De estos organismos, el Instituto Cervantes es el único dedicado específicamente a la difusión de la lengua española y la cultura en español por lo que pasamos a su análisis en profundidad.

El Instituto Cervantes es una institución pública española creada en 1991 para la promoción y la enseñanza de la lengua española y de las lenguas cooficiales y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana. Está presente en 90 ciudades de 43 países.

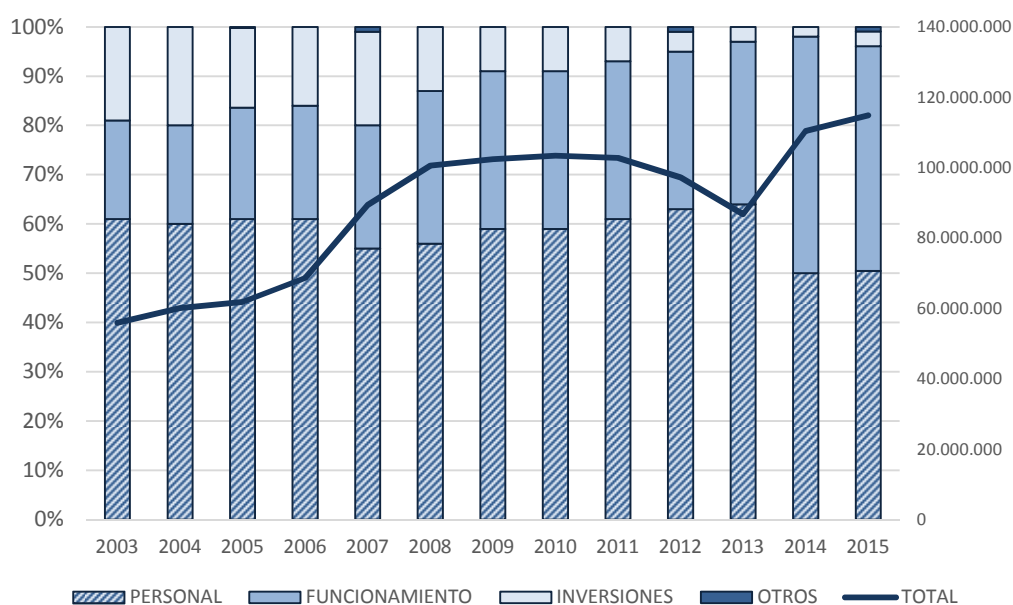
Entre sus principales objetivos y funciones se encuentran los siguientes:

- Organizar cursos generales y especiales de lengua española, así como de las lenguas cooficiales en España.
- Expedir en nombre del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) y organizar los exámenes para su obtención.
- Actualizar los métodos de enseñanza y la formación del profesorado.
- Apoyar la labor de los hispanistas.
- Participar en programas de difusión de la lengua española.
- Realizar actividades de difusión cultural en colaboración con otros organismos españoles e hispanoamericanos y con entidades de los países anfitriones.
- Poner a disposición del público bibliotecas provistas de los medios tecnológicos más avanzados

Financieramente está vinculado al Gobierno español y presupuestariamente enmarcado en del Ministerio de Asuntos Exteriores. Desde su creación, el Instituto Cervantes ha ampliado progresivamente su estructura y extendido la red de centros. Sin embargo durante los años de crisis se percibe un cambio en las tendencias presupuestarias tras el máximo alcanzado en 2010 con más de 103 millones de euros

En 2014 se incluyen las actividades comerciales (24,3 mill €) dentro del presupuesto del Instituto Cervantes. Este cambio contable hace que parezca que el presupuesto se incremente pero descontando el efecto de esta modificación realmente se reduce un 0,7%.

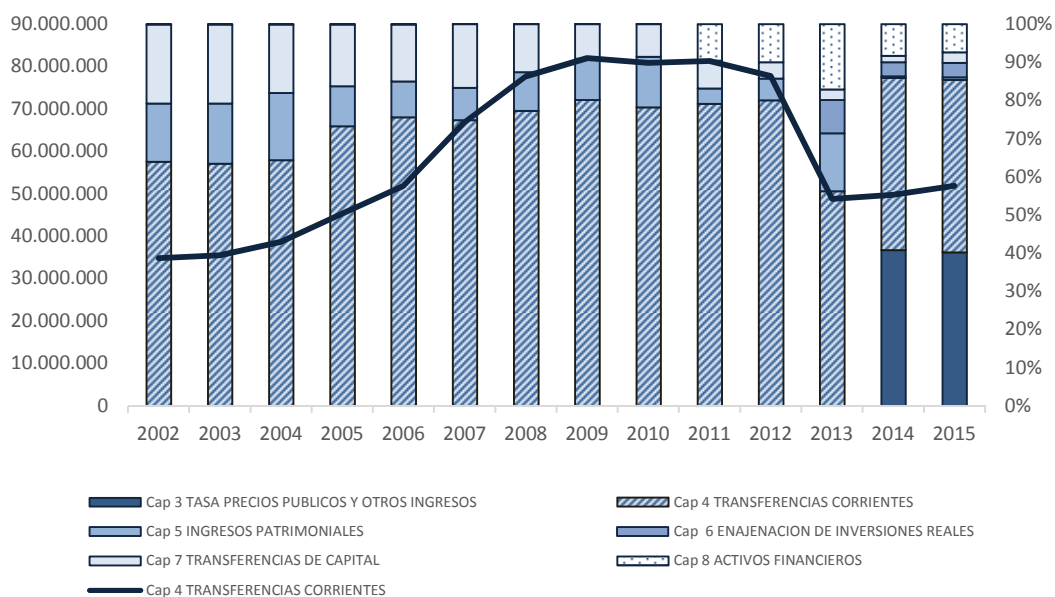
Gráfico 32 Evolución del gasto del Instituto Cervantes



Fuente: Presupuestos Generales del estado y memorias anuales del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

Uno de los cambios significativos desde 2013, es la disminución de las aportaciones del Estado español y el incremento paulatino del porcentaje de autofinanciación mediante los ingresos generados por la actividad docente y cultural realizada los centros. En estos últimos años también se ha reducido el porcentaje destinado a inversiones.

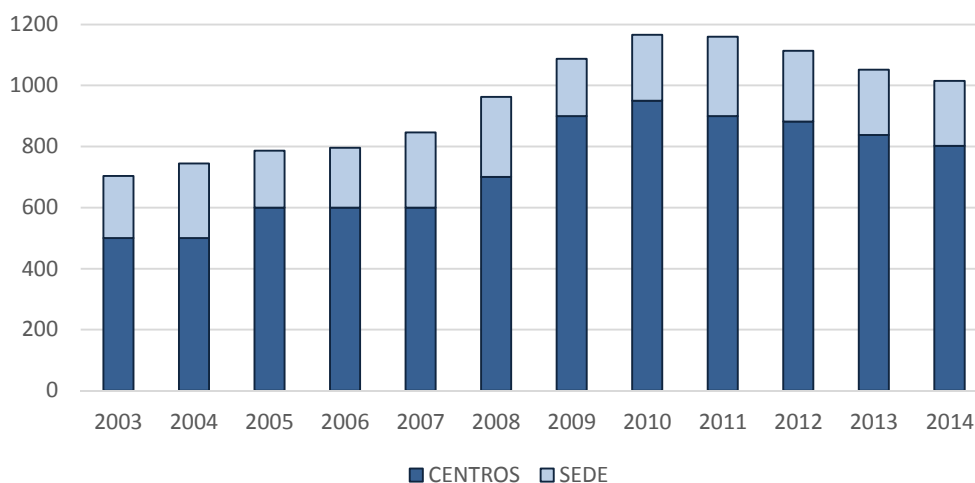
Gráfico 33 Evolución de los ingresos del Instituto Cervantes



Fuente: Presupuestos Generales del estado y memorias anuales del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

La evolución del personal ha sido similar a la presupuestaria.

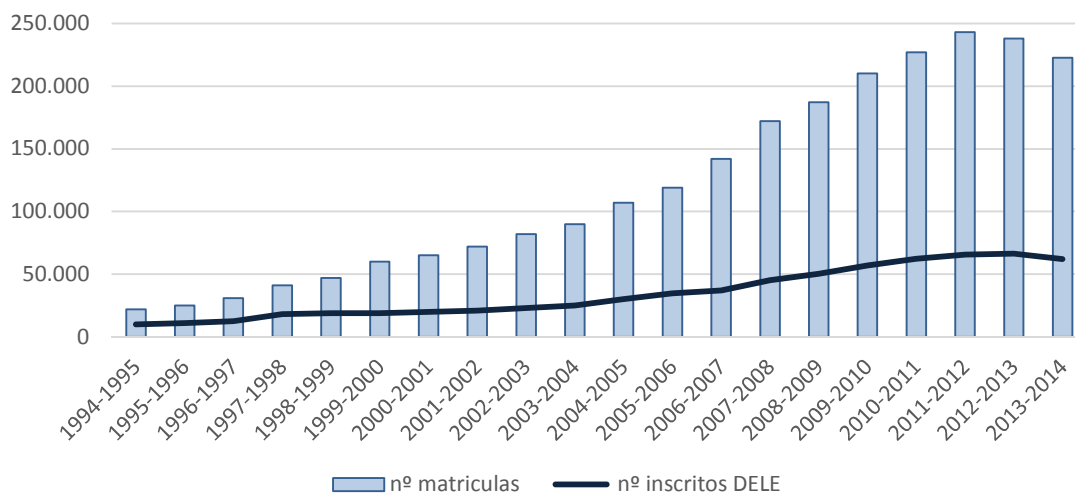
Gráfico 34 Personal de Instituto Cervantes



Fuente: Presupuestos Generales del estado y memorias anuales del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

La principal fuente de ingresos derivada de la actividad de Instituto Cervantes son las matrículas de los cursos. El año académico 2013-2014 cerró con un total de 222.810 matrículas y 61.950 inscritos para realizar los exámenes DELE.

Gráfico 35 Evolución de las matrículas e inscripciones DELE del Instituto Cervantes



Fuente: *El español: Una lengua viva. Informe 2015. Instituto Cervantes. Elaboración propia.*

Desde su creación, el Instituto Cervantes se ha expandido por el mundo ampliando el número de centros, aumentando el volumen de estudiantes y de inscripciones en las pruebas de DELE¹¹⁷. La crisis mundial ha afectado a su actividad en términos de alumnos inscritos y de ingresos por lo que ha tenido que adaptarse a las circunstancias para mantener en funcionamiento todos sus centros.

Según la última memoria del Instituto Cervantes (IC) la institución tiene presencia en 90 ciudades de 43 países en los cinco continentes. Además cuenta con dos sedes en España, la sede central de Madrid y la sede de Alcalá de Henares. La actividad del IC en el mundo se articula a través de centros dependientes directamente del Instituto Cervantes y utiliza otras formas de presencia.

a. Estructura del Instituto Cervantes

Centros

La presencia del Instituto Cervantes se articula en torno a cinco tipos de centros con características propias.

¹¹⁷ Diploma de Español como Lengua Extranjera. Es el diploma oficial de español del Instituto Cervantes.

Centros tipos A y B

- Son establecimientos que tienen reconocida personalidad jurídica en el Estado receptor y gozan de gestión autónoma. Pueden estar adscritos a las embajadas o consulados de España en los países en los que operan, o tener la consideración de entidades de la Administración General del Estado español sin carácter representativo. También pueden funcionar a través de entidades locales sin ánimo de lucro como sucede en Estados Unidos, Brasil o Australia.
- Tienen presupuesto propio.
- Programan y desarrollan actividad docente y cultural, y disponen de biblioteca.
- Cuentan con personal directivo, personal de plantilla docente, personal de plantilla local y personal docente colaborador.
- Están dotados con un edificio propio, adscrito o arrendado en cuyos locales se desarrolla su actividad de forma exclusiva y continuada, disponiendo de la señalización institucional apropiada que muestra inequívocamente su pertenencia a la red de centros del IC.
- Funcional y administrativamente los dos tipos de centros son similares. La diferencia obedece inicialmente a la dotación de sus plantillas y al nivel retributivo del personal desplazado.

Centros tipo C (Antenas)

- Dependen para su gestión de otro centro de la red.
- Programan actividad académica y desarrollan actividad académica y cultural.
- Cuentan con personal de plantilla docente (desplazados) y con personal de plantilla local.
- Cuentan con un edificio propio, adscrito o arrendado, donde desarrollan su actividad de forma continuada, disponiendo de la señalización institucional apropiada que muestra su pertenencia a la red de centros del IC.

Centros tipo D (Aulas)

- Las aulas son centros de recursos que operan en una universidad, permitiendo tener presencia en países donde no hay centros del IC. Su existencia está ligada al convenio que al efecto se firma con la universidad correspondiente.
- Dependen de un centro de la red, a efectos presupuestarios y administrativos.
- Cuentan con un responsable (de plantilla).
- En algunos casos desarrollan actividad docente, en otros no. Realizan alguna actividad cultural generalmente en colaboración con la Embajada.

- Desarrollan su actividad en locales cedidos por la universidad y adscritos al aula de forma continuada y exclusiva. Disponen de señalización institucional apropiada que muestra su pertenencia a la red de centros del IC.

Centros tipo E (Extensiones)

- Son espacios o aularios externos ubicados en ciudades próximas o incluidas en el ámbito geográfico de actuación del centro del que dependen.
- No cuentan con plazas de plantilla específicas, si bien pueden contar con personal de plantilla del centro del que dependen, adscrito temporalmente a la extensión.
- Ocupan un edificio, o locales de un edificio, generalmente cedido o alquilado por otra institución, de forma continuada y exclusiva, disponiendo de la señalización institucional que muestra su pertenencia a la red de centros del IC.

El Instituto Cervantes concretaba su estructura de centros en el anuario de 2013 de la siguiente manera:

Tabla 21 Centros del Instituto Cervantes

PAÍS	TIPO	CIUDAD
ALEMANIA	A	BERLÍN
	A	BREMEN
	A	HAMBURGO
	A	MÚNICH
	A	FRÁNCFORT
ARGELIA	B	ARGEL
	B	ORÁN
	E	MOSTAGANEM
AUSTRALIA	A	SÍDNEY
AUSTRIA	B	VIENA
BÉLGICA	A	BRUSELAS
BRASIL	A	BRASILIA
	A	RÍO DE
	A	SÃO PAULO
	B	BELO
	B	CURITIBA
	B	PORTO ALEGRE
	B	RECIFE
B	SALVADOR	
BULGARIA	B	SOFÍA
CANADÁ	D	CALGARY
CHIPRE	D	NICOSIA
CHINA	A	PEKÍN
	A	SHANGHÁI
	E	CHONQUÍN
COREA DEL	D	SEÚL
CROACIA	D	ZAGREB
EGIPTO	A	EL CAIRO
	C	ALEJANDRÍA
ESLOVENIA	D	LIUBLIANA
ESLOVAQUIA	D	BRATISLAVA
ESTADOS UNIDOS	A	CHICAGO
	A	NUEVA YORK
	B	ALBUQUERQUE
	D	BOSTON (*)
	D	SEATTLE
	E	SANTA FE
FILIPINAS	A	MANILA
FRANCIA	A	PARÍS
	B	BURDEOS
	B	LYON
	B	TOULOUSE
GRECIA	A	ATENAS

PAÍS	TIPO	CIUDAD
HUNGRÍA	B	BUDAPEST
INDIA	A	NUEVA DELHI
INDONESIA	D	YAKARTA
IRLANDA	A	DUBLÍN
ISRAEL	B	TEL AVIV
ITALIA	A	ROMA
	B	MILÁN
	B	NÁPOLES
	B	PALERMO
JAPÓN	A	TOKIO
JORDANIA	B	AMMÁN
LÍBANO	A	BEIRUT
	E	KASLIK
	E	TRÍPOLI
MALASIA	D	KUALA
MARRUECOS	A	CASABLANCA
	A	RABAT
	A	TÁNGER
	A	TETUÁN
	B	MARRAKECH
	B	FEZ
	E	AGADIR
	E	CHAUEN
	E	ESAUIRA
	E	LARACHE
E	MEQUINEZ	
	E	NADOR
PAÍSES	B	UTRECHT
POLONIA	A	VARSOVIA
	B	CRACOVIA
PORTUGAL	A	LISBOA
REINO UNIDO	A	LONDRES
	A	MÁNCHESTER
UNIDO	B	GIBRALTAR
	C	LEEDS
REPÚBLICA	B	PRAGA
RUMANÍA	A	BUCAREST
RUSIA	A	MOSCÚ
SENEGAL	D	DAKAR
SERBIA	B	BELGRADO
SUECIA	B	ESTOCOLMO
TÚNEZ	B	TÚNEZ
TURQUÍA	B	ESTAMBUL
VIETNAM	D	HANÓI

RESUMEN

62	CENTROS INDEPENDIENTES (TIPOS)
2	ANTENAS (CENTROS TIPO C)
12	AULAS CERVANTES (TIPO D)
11	EXTENSIONES (E)
87	CENTROS
43	PAÍSES

Fuente: Anuario del Instituto Cervantes 2013.

Casi la mitad de los centros del Instituto Cervantes se encuentran ubicados en Europa. Le sigue en importancia la región Norte de África que cuenta con 12 centros. Estas dos áreas constituyen las de mayor presencia del Instituto Cervantes en el mundo.

Por países, Brasil con 8 centros es el que cuenta con mayor presencia del Instituto Cervantes en centros tipo A y B. Marruecos es el país con mayor número de centros de cualquier tipología.

Sin embargo, en América del Norte la presencia del IC no es todo lo destacable que podría ser dadas las potencialidades de la zona y el interés por español.

En el proceso de expansión territorial del Instituto Cervantes a lo largo de sus casi 25 años de existencia podemos distinguir varias oleadas.

La primera de ellas coincide con su creación en 1991 cuando arranca su actividad con 40 centros existentes previamente que se le son adscritos. La mayoría de ellos situados en Europa (21) y en Marruecos (12). En este momento el desarrollo del Instituto Cervantes se basó en la reordenación y adaptación de estos centros. En la actualidad el IC mantiene centros en 32 de aquellas localizaciones *heredadas*.

Posteriormente, después de cinco años de existencia, durante la segunda mitad de la década de 1990 comienza a intensificarse la apertura de nuevos centros a un ritmo aproximado de casi dos nuevos centros por año, ralentizado tras la crisis. En ese periodo se consolidaron los centros de Europa y Marruecos, zonas de proximidad geográfica con España, y se inició la actividad en nuevas zonas especialmente Asia y Oceanía y, a partir de 1998 en Brasil.

Cabe señalar la presencia de los Institutos Cervantes en Estados Unidos pues 3 centros, 2 aulas y 1 extensión parece débil frente a la aparente potencialidad de desarrollo de la lengua española en dicho país.

Además de los establecimientos de titularidad propia, el Instituto Cervantes se apoya en otras formas de presencia para ampliar su representación y cumplir sus objetivos.

Anexos

Son dependencias situadas en la misma ciudad del centro al que pertenecen. Ocupan un edificio, o locales de un edificio, de forma continuada. Disponen de señalización institucional apropiada que indica la pertenencia a la red de centros del IC.

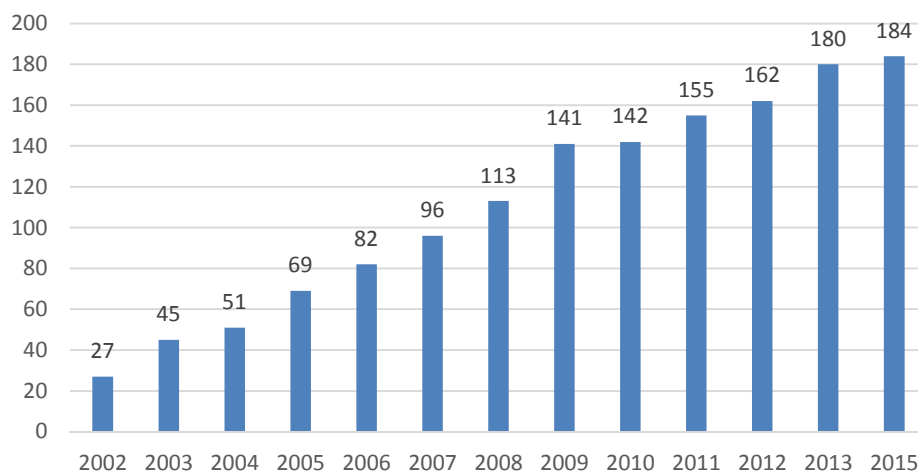
Prestaciones de servicios

El IC está presente en algunas ciudades en las que desarrolla programas docentes, en virtud de contratos con otras instituciones, sin ocupar un espacio propio de forma exclusiva o continua, y sin que estén señalizados de forma permanente con la simbología del IC.

Centros acreditados

Son centros de enseñanza de español cuya calidad ha sido expresamente reconocida por el IC al cumplir los requisitos establecidos por el Sistema de Acreditación de Centros E/LE del Instituto Cervantes. Según recoge en su página web¹¹⁸, existen un total de 184 centros acreditados por el IC con una evolución creciente a lo largo del tiempo.

Gráfico 36 Centros Acreditados del Instituto Cervantes



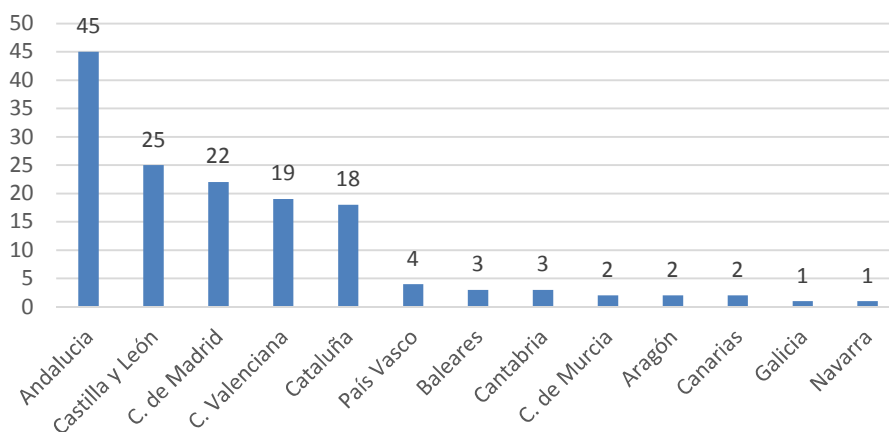
Fuente: Anuario 2013 del Instituto Cervantes y <http://acreditacion.cervantes.es>. Elaboración propia

La mayoría se encuentra en España, donde se localizan 147 de ellos representando el 80% del total. El resto, 37 centros, se hallan repartidos en 19 países.

¹¹⁸ <http://acreditacion.cervantes.es>. Consultada el 5 de octubre de 2015

En España, la presencia de centros acreditados por el IC se concentra en cinco comunidades autónomas¹¹⁹ que, por este orden, son: Andalucía, Castilla y León, C. Madrid, C. Valencia y Cataluña. Juntas abarcan más del 87% de todos los centros españoles acreditados. Andalucía, por si sola, reúne el 30% del total con 45 centros.

Gráfico 37 Centros Acreditados del Instituto Cervantes en España



Fuente: Anuario 2013 del Instituto Cervantes y <http://acreditacion.cervantes.es>. Elaboración propia

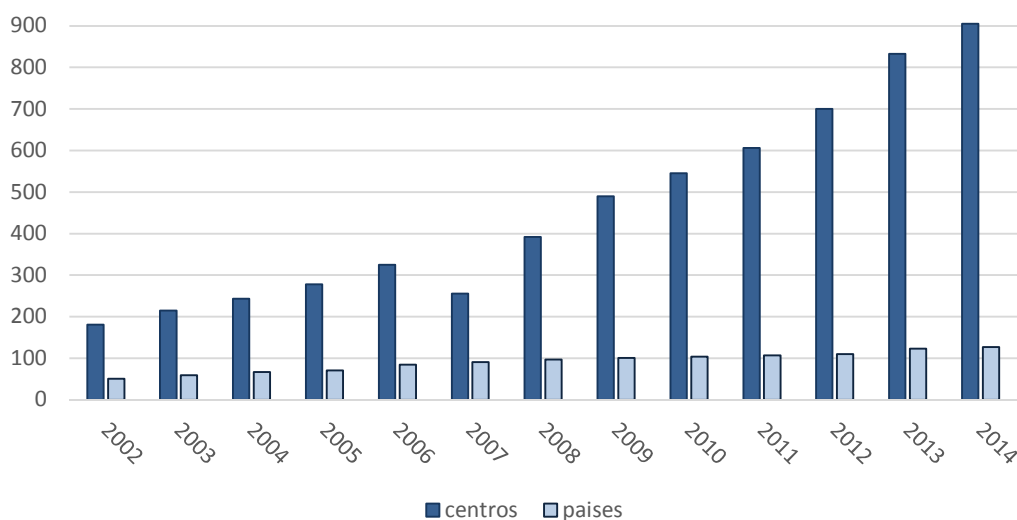
Centros de examen DELE

Los exámenes para la obtención de los diplomas de español se realizan en los centros del Instituto Cervantes y en la red de centros de examen DELE, entre los que se encuentran universidades, centros de enseñanza de español, academias, embajadas y consulados.

Según la memoria del IC de 2013-2014, esta red está compuesta por 905 centros ubicados en 127 países.

¹¹⁹ <http://acreditacion.cervantes.es>. Consultada el 5 de octubre de 2015

Gráfico 38 Evolución del número de centros y países DELE



Fuente: Memoria 2013 del Instituto Cervantes. Elaboración propia

La evolución de la actividad DELE ha ido en aumento tanto en número de centros como en volumen de inscritos para realizar los exámenes, aunque estas decrecieron ligeramente el año 2014.

En el proceso de adaptación a las nuevas demandas, el Instituto Cervantes está incorporando otros tipos de pruebas para atender necesidades diferentes y complementar al DELE. Entre estas están el SIELE¹²⁰ o la prueba de Conocimientos Constitucionales y Socioculturales de España (CCSE) elaborada por el Instituto Cervantes para la obtención de la nacionalidad española.

¹²⁰ El Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE) es un servicio de evaluación y certificación del español promovido por el Instituto Cervantes (IC), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad de Salamanca (USAL).

IV.3 LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRAJERA

El trabajo de Francisco Javier Girón y Agustín Canadá (2009), con base en los cálculos de Martín Municio (2004), pone de manifiesto el peso del español en la economía utilizando las tablas Input-Output de la contabilidad nacional. A pesar de las limitaciones y dificultades que surgen en la recopilación de datos referidos a la lengua, los autores consiguen identificar el peso aproximado del español en el conjunto de la contabilidad agregada española.

En su trabajo estiman los valores de empleo y contribución al PIB de las actividades relacionadas directa e indirectamente con el español. Los autores llegan a la conclusión de que la lengua española puede representar un 15% del PIB español. Entre las actividades con mayor peso económico destacan las industrias especializadas en productos y servicios que utilizan el español como recurso.

Serían, por este orden, la educación, las comunicaciones y el entramado de industrias culturales en su doble vertiente de “servicios culturales” e “industria editorial”. Este peso económico unido a las ventajas competitivas derivadas de las externalidades de red de la lengua justifica la importancia dada por muchos estados a la difusión de su lengua.

El español, comparado con otras lenguas internacionales como el francés o el alemán, se caracteriza por presentar un porcentaje reducido de estudiantes de E/LE en relación a la población nativa. La enseñanza del E/LE es una actividad económica generadora de empleo y riqueza cuyas posibilidades de expansión han de ser consideradas como una oportunidad para los países hispanohablantes.

Conocer el número exacto de estudiantes de E/LE en el mundo es imposible por la falta de datos universales y comparables. Las estimaciones recogidas en el informe “El español una lengua viva”, publicado por el Instituto Cervantes en 2015, sitúan la cifra en torno a los 21 millones de alumnos estudiando español como lengua extranjera¹²¹ en el mundo.

Este valor es resultado de sumar el número de estudiantes de español existente en 106 países donde el español no es lengua oficial. Los datos se refieren a todos los niveles de enseñanza (reglada y no reglada) y están obtenidos de las estadísticas disponibles para cada país. Apenas

¹²¹ Fernández Vítors, David. “El español una lengua viva”, 2015. Informe del Instituto Cervantes.

reflejan la información de los centros privados. Por estas razones, el Instituto Cervantes calcula que el número real de estudiantes puede ser un 25% superior a los que recogen los datos a los que ha podido acceder.

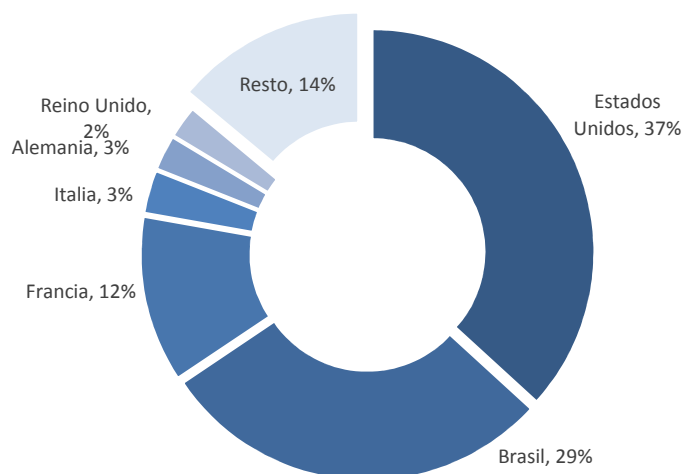
Tabla 22 Número de estudiantes de español en el mundo

		<i>Enseñanza primaria, secundaria y formación profesional</i>	<i>Enseñanza universitaria</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
1)	Estados Unidos	4.058.000	790.756		7.820.000
2)	Brasil	4.467.689			6.120.000
3)	Francia	2.583.598		6.119	2.589.717
4)	Italia	684.345		2.807	687.152
5)	Alemania	543.833	6.108	4.482	554.423
6)	Reino Unido				519.660
	Resto	200.276	4.503		2.961.837
TOTAL (106 países)				21.252.789	21.252.789

Fuente: "El español una lengua viva", 2015. Informe del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

De acuerdo a estas cifras, más del 65% de los estudiantes de E/LE del mundo se concentran en dos países: Estados Unidos y Brasil con un 37% y un 29% respectivamente. A gran distancia encontramos Francia con el 12% de estudiantes E/LE y el conjunto de países restantes representa un 22%.

Gráfico 39 Países con mayor número de estudiantes de español



Fuente: "El español una lengua viva", 2015. Informe del Instituto Cervantes. Elaboración propia.

Poniendo en relación el número de estudiantes E/LE y los habitantes de cada país tenemos que Francia, con algo más del 4%, sería el país con mayor porcentaje de población estudiando

español. A continuación encontramos Brasil (3,99%), Estados Unidos (2,43%) y Suecia (2,21%). En el resto de países, la proporción de población estudiando español no llegaría al 2%.

Si comparamos estos cálculos con los realizados por el Instituto Cervantes en su anuario de 2013, vemos que el número de estudiantes de E/LE en el mundo ha pasado de casi 20 millones a superar los 21 millones. Estados Unidos, Brasil y Francia se mantienen en cabeza mientras que Reino Unido descendió del cuarto puesto al sexto, en favor de Alemania que aumentó el porcentaje en este periodo.

IV.3.1 La enseñanza del español como lengua extranjera en España

Conocer la magnitud y el comportamiento del sector de la enseñanza del español en España permite diseñar estrategias que potencien y apoyen el desarrollo del sector a largo plazo.

En esta tarea nos enfrentamos una vez más a la dificultad de acceso a datos oficiales o fiables en un sector cuya importancia es cada vez mayor en España y algunos de los países hispanoamericanos. Según Carrera Troyano, M. (2009)¹²² el sector de la enseñanza del español puede mover unos 404 millones de euros al año.

Tratar de determinar la estructura, número empresas, forma jurídica o empleos generados por esta actividad resulta prácticamente imposible ya que las administraciones públicas no disponen de información generada por canales estables sobre las empresas cuya actividad principal sea la Enseñanza de Español como Lengua Extranjera (E/LE).

Según Carrera Troyano, M. (2009), “se está tratando la actividad en E/LE como si fuese un sector cuando en realidad no lo es; al menos en lo que respecta a la estructura organizativa general y a efectos de su reconocimiento en las clasificaciones estadísticas oficiales”.

Establecer la demanda de estudiantes de E/LE tampoco resulta fácil debido la diversidad de perfiles y de países de origen, lo que obstaculiza el cálculo del gasto medio. Con estas dificultades, para ofrecer una idea aproximada del sector seguiremos las estimaciones del profesor Carrera Troyano tratando de actualizarlas en la medida de lo posible.

¹²² Carrera Troyano, Miguel. La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera, 2009. Fundación telefónica.

En cuanto a la oferta, según los datos que aparecen en el “Plan Estratégico del Turismo Idiomático en España (PETI)”¹²³, los principales países emisores de estudiantes de E/LE son los siguientes:

Tabla 23 Principales emisores de turistas idiomáticos en España

Ranking MERCADOS EMISORES

1)	ALEMANIA
2)	REINO UNIDO
3)	ITALIA
4)	EE.UU.
5)	FRANCIA
6)	HOLANDA
7)	SUECIA
8)	RUSIA
9)	BRASIL
10)	SUIZA

Fuente: TURESPAÑA (2011)

Resulta difícil disponer de un censo de empresas e instituciones que ofrecen cursos de E/LE en España. Según el PETI (2011), la oferta de centros de enseñanza de E/LE se puede agrupar en dos categorías:

1. Centros Públicos: universidades públicas y escuelas oficiales de idiomas
2. Centros Privados: universidades privadas y centros privados de idiomas

Además de estas dos tipologías, Carrera Troyano (2006), diferencia los “agentes operativos especiales” como entidades sin ánimo de lucro, ayuntamientos y comunidades autónomas, sindicatos y ONGs.

¹²³ TURESPAÑA (2011) Plan Estratégico del turismo idiomático en España.

Tabla 24 Oferta de centros de enseñanza de español para extranjeros en España

	2004/2005 Berdugo (2006)		2006/2007 Carrera Troyano (2006)	2007 SGT (2008)
	Agentes Operativos	Centros de Enseñanza	Centros de Enseñanza	Centros de Enseñanza
Escuelas de enseñanza de capital privado y actividad ELE consolidada	80-95	120-140	150	263
Academias generalistas de idiomas que también ofrece ELE y/o pequeñas academias de español para extranjeros	175-185	175-185	200	250
Universidades con actividad ELE consolidada	38-40	38-40	50	53
Escuelas Oficiales de Idiomas	15-20	15-20	50	56
Otros agentes operativos especiales (sin ánimo de lucro)	15-20	15-20		
Ayuntamientos y Comunidades Autónomas			100	
ONGs, Sindicatos y Fundaciones			50	
TOTAL	320-350	250-400	600	627

Fuente: Carrera Troyano (2006).

Como se aprecia en la tabla anterior, la oferta formativa de E/LE en España se caracteriza por ser eminentemente privada (85%). Las universidades representan aproximadamente un 9% y las Escuelas Oficiales de Idiomas un 8%. Según el PETI (2011), 163 de estos centros tendrían alguna acreditación de calidad como la del Instituto Cervantes, FEDELE¹²⁴, CEELE¹²⁵ de la Universidad de Alcalá, ISO u otros.

Las cinco comunidades autónomas con mayor porcentaje de centros serían, por este orden: Andalucía, Castilla y León, Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña. Entre todas aglutinan en torno al 85% de los centros. Destaca Andalucía con un 30% de la oferta, según estimaciones de Carrera Troyano (2006).

Muy relacionado con la enseñanza de E/LE, se encuentra el turismo idiomático ya que la gran parte de los “clientes” de este sector son extranjeros que mayoritariamente vienen a España por motivos de estudio o de aprendizaje de español.

¹²⁴ Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera.

¹²⁵ certificado de Calidad en la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera, expedido por la Universidad de Alcalá de Henares.

Las características principales del turismo idiomático en España serían las siguientes, según el PETI (2011):

- Demanda potencial mundial conformada por más de 11 millones de personas (extranjeros que estudian español y que piensan previsto realizar estancias idiomáticas). De ellos 750.000 estudiantes solo contemplan España como destino.
- El perfil de la demanda del turista idiomático se caracteriza por un mayor peso de las mujeres (71%). El segmento de edad predominante se sitúa entre los 20 y 29 años, fundamentalmente europeos (74%). Más del 67% son estudiantes no activos laboralmente y con una motivación personal mayoritaria para la realización del viaje (78%, frente al 17% por motivos académicos) donde predomina el interés por la lengua y la cultura española. La duración de la estancia de los estudiantes se sitúa cercana a las 4 semanas, siendo las casas de familias españolas (41%) el tipo de alojamiento preferido seguido por los apartamentos de alquiler (22%) y las residencias de estudiantes (20%).
- Los principales competidores de España son: México seguido de Argentina. Los estudiantes consideran que lo mejor de estudiar en España, en primer lugar, es la inmersión lingüística que viven en el país (57%), a continuación se sitúan los aspectos culturales (30%), tomando especial relevancia la población española como aspecto destacable (23%) dentro de la percepción del país, seguido de otro factor como el clima (17%).
- El número de turistas idiomáticos en España durante 2007 ascendió a 237.600 estudiantes, manteniendo durante los últimos años un crecimiento del 9% anual. Los CPEE¹²⁶ aglutinan a más del 83% de la demanda.
- El total de ingresos que genera el turismo idiomático en España - considerando el coste de los cursos, del alojamiento, la manutención, ocio y otros gastos - asciende a 462,5 millones de euros, lo que representa un gasto promedio por estudiante de 1.950 euros.

Según el informe Frontur y Egatur¹²⁷, en 2012 llegaron a España 57,7 millones de turistas de los que un 2% viajó por motivo de estudios (115.400) con un gasto medio diario de 68 euros por persona.

¹²⁶ Centros privados de enseñanza de español.

¹²⁷ Instituto de Turismo de España.

IV.3.2 La enseñanza del español como lengua extranjera en otros países hispanohablantes.

Existen numerosos ejemplos que muestran que la enseñanza del E/LE no es monopolio de España. De los casi 500 millones de hablantes de español, apenas un 10% está en España. En el gran mercado emergente del E/LE, Estados Unidos, la comunidad hispana es de origen mexicano y en Brasil, el otro gran mercado potencial, el auge del español se debe a acuerdos políticos dentro del MERCOSUR.

El PETI (2011) ofrece un ranking de países elegidos como destino alternativo por los estudiantes de español encuestados en España. Las opciones más destacadas por los estudiantes encuestados fueron México con un 37% seguida de Argentina con un 36%. Les siguen a gran distancia Chile, con un 12%, y Costa Rica, con un 13% de estudiantes que los consideraron destino alternativos para aprender español. Tras este segundo grupo de países encontramos un tercero integrado por Perú y Cuba, que fueron mencionados como opción a España por un 10% y un 11% de estudiantes respectivamente.

España cuenta, sin duda, con ventajas comparativas en relación a otros países hispanohablantes ya que es una potencia turística consolidada con un importante patrimonio cultural y una gran seguridad ciudadana.

Sin embargo, las tendencias evolucionan. Muchos países de Hispanoamérica emergen como destinos turísticos (México, Cuba o Argentina) y algunos factores como el tipo de cambio son desfavorables para España.

Aunque el impacto del turismo lingüístico en estos destinos se encuentre aún a bastante distancia del volumen de actividad española, veamos los rasgos característicos de Argentina y México como mayores mercados receptores del turismo idiomático del español en Hispanoamérica.

a. *Argentina*

El caso de Argentina es significativo por la atención prestada a la industria del E/LE desde hace algunos años. Disponemos¹²⁸ de dos informes que muestran un crecimiento continuado de los estudiantes E/LE hasta 2008, fecha de publicación del último de los mismos. En ellos se pone de manifiesto el crecimiento experimentado en la oferta y la demanda de cursos de español como lengua extranjera.

Según el informe de la **Secretaría de Turismo** (SECTUR, 2008), entre los años 2005 y 2007 el número de establecimientos que ofertaban cursos de español creció un 137%, pasando de 89 a 211 centros de los que la mayoría fueron centros privados de idiomas que ampliaron su oferta incorporando la opción de estudiar español a sus cursos tradicionales de inglés, francés o italiano.

El informe de **Rusel y Velloso** (2008) coincide con estos resultados e indica que también hay que tener en cuenta la oferta de cursos informales ofrecidos en *hostels* y hoteles por profesores particulares. Este informe ofrece datos sobre los estudiantes de E/LE, situando la cifra de alumnos registrados en 24.878 para el año 2007 frente a los 10.469 de 2004. El crecimiento del número de estudiantes se ha mantenido año tras año de manera constante.

Las autoras afirmaron que en 2007 la enseñanza del E/LE se estaba consolidando como un sector de gran atractivo pero que si se mantenía corría el riesgo de una saturación en la oferta a medio plazo que podía dar en una reducción de los márgenes de rentabilidad para los centros formativos. Según la asociación SEA, que aglutina a parte del sector del turismo idiomático de Argentina¹²⁹, los estudiantes de E/LE que llegan a Argentina pueden situarse en unos 50.000 anuales, la mayoría provenientes de Estados Unidos, seguido por brasileños y luego por europeos, especialmente de Alemania, Francia e Italia.

Actualmente, el turismo idiomático se incluye como uno de los ejes del Plan Operativo Anual de 2014 enmarcado en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020.

¹²⁸ Estudios de turismo idiomático en Argentina:

Informe Actualización de la Oferta de Turismo Idiomático. Dirección de Desarrollo de la Oferta de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), 2008.

Russell y Velloso (2008). Informe anual del sector de la enseñanza del español como Lengua Extranjera y segundo idioma. Dirección general de Asuntos Culturales de la Cancillería Argentina y de la Asociación Argentina de Docentes de Español (AADE), 2007.

¹²⁹ Declaraciones en un artículo aparecido en la revista BAE Negocios el 23 de oct de 2014

Según la **Subsecretaría de Desarrollo Turístico Argentina**, existe una gran concentración de la oferta en la Ciudad de Buenos Aires. Se aprecia una progresiva incorporación de nuevos destinos que coincide, bien con ciudades reconocidas nacional e internacionalmente por su trayectoria educativa como Córdoba, Santa Fe, Rosario y Mendoza, o bien con centros turísticos como San Carlos de Bariloche y Ushuaia.

La Dirección de Desarrollo de la Oferta Turística elabora un Directorio de Turismo Idiomático anual con los establecimientos educativos que cuentan con el respaldo de asociaciones representativas del sector o de los organismos provinciales de turismo. En 2014¹³⁰ reunía a 70 instituciones dedicadas a enseñar español a extranjeros, cifra ligeramente superior a los 64 centros que integraban el directorio en 2008, según el estudio de SECTUR (2008).

La oferta de cursos de E/LE se estructura en torno a diversos tipos de instituciones educativas que ofrecen programas de enseñanza de español para extranjeros: universidades públicas y privadas, institutos de idiomas y escuelas de español que representan una oferta calificada y competitiva.

Aunque el sector privado de E/LE se encuentra en crecimiento, el informe Rusell y Velloso (2008) pone de manifiesto que las entidades de enseñanza formal son las líderes en captación de la demanda de estudiantes de español como lengua extranjera, absorbiendo más de la mitad de las matrículas registradas. Esta tendencia contrasta con lo registrado en España donde el sector es liderado por las entidades privadas.

Destacar que Argentina es el único país hispanohablante, además de España, que ha desarrollado una certificación propia de E/LE. El Certificado de Español, Lengua y Uso (CELU) acredita -a través de un examen- el nivel de desempeño, el nivel que tiene un hablante de español como lengua extranjera oralmente y por escrito, en situaciones sociales, laborales o académicas. Este certificado fue creado y es administrado por el Consorcio Interuniversitario compuesto por más de veinte Universidades Nacionales. Está avalado por el Ministerio de Educación de la Nación y es reconocido por el Ministerio de Educación de Brasil, entre otros países.

¹³⁰ <http://desarrolloturistico.gob.ar/oferta/desarrollo-de-productos/turismo-educativo>. Consultado el 6 de octubre de 2015.

Por tanto, el turismo idiomático en Argentina, surgido a final de los años 80 del siglo XX, parece consolidarse y estar dotado de cierta organización y apoyo por parte del sector público que lo incluye como actividad estratégica para el desarrollo del turismo en Argentina.

b. México

La enseñanza de español como lengua extranjera en México, aunque es uno de los destinos mencionados por los estudiantes encuestados en España, no alcanza el nivel de desarrollo y organización de Argentina. No disponemos de estudios específicos de turismo idiomático que muestren el comportamiento de la oferta y la demanda que genera el sector en el país. Según estimaciones de la Asociación Mexicana de Español (AMIE), en 2010 México recibió 35.000 estudiantes de español, mayoritariamente procedentes de Europa y Norte América.

En 2013, con motivo de la Jornada de turismo idiomático en México organizada por el Centro de Estudios para Extranjeros (CEPE) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), se comunicaba¹³¹ que el país contaba con 92 centros de enseñanza de español entre los que estacan el propio CEPE y otras universidades que constituyen más del 50% de la oferta de cursos de E/LE en México, siendo el resto entidades privadas.

En 2015 la UNAM ha presentado junto con el Instituto Cervantes un nuevo certificado de español, el SIELE, que complementa al actual DELE y da respuesta a nuevas necesidades. Este hecho pone de manifiesto que la implicación de México en la difusión del español como lengua extranjera es especialmente importante en Estados Unidos.

IV.3.3 La enseñanza del español como lengua extranjera en países no hispanohablantes

En la actualidad los dos países más destacados estratégicamente para la expansión de la lengua española son, por número de estudiantes y ubicación geopolítica, Brasil y Estados Unidos.

El Instituto Cervantes, desde sus inicios, se plantea desarrollar estructuras para la difusión de la lengua española en los Estados Unidos como uno de sus principales objetivos¹³². Entre las

¹³¹ <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/71395.html>

¹³² El País. 26 SEP 1991. Entrevista al director del Instituto Cervantes.

razones han pesado las cuestiones de proximidad con el espacio hispanohablante y el continuo crecimiento del porcentaje de población hispanohablante que se registra desde hace años.

El español se va configurando como la segunda lengua más hablada en el país después del inglés. Encontramos fuerzas que favorecen su expansión, como el mencionado aumento de la población de origen hispano o el interés creciente de los estadounidenses por aprender el español. Sin embargo hay factores que frenan el crecimiento. Entre ellos destacan el aumento de hispanos nacidos en Estados Unidos o la mejora del nivel educativo. Estos elementos favorecen la asimilación cultural y hacen que las segundas y terceras generaciones de emigrantes vean como se reducen las habilidades lingüísticas de la lengua original de los progenitores.

Además de los factores demográficos, la política educativa del país en lenguas extranjeras no ayuda a la difusión de la lengua española. En Estados Unidos no existen leyes federales que establezcan la obligatoriedad de la enseñanza de idiomas extranjeros. Aunque en algunos Estados la presencia de idiomas en el currículo escolar es importante, en la mayoría de ellos el estudio de una lengua extranjera no es un requisito imprescindible, ni siquiera para obtener el Diploma en Educación Secundaria.

Según indica el anuario que publica el Ministerio de Educación Español¹³³, los últimos estudios realizados por el Centro de Lingüística Aplicada (Center for Applied Linguistics) apuntan a que el número de centros de Educación Primaria con programas de aprendizaje de lenguas extranjeras es tan solo de un 25% (15% en escuelas públicas).

El número de centros de primer ciclo de Enseñanza Secundaria que imparten idiomas se estima en un 58%. El número de centros de segundo ciclo de Educación Secundaria y Bachillerato (High School) llega a un 95%.

El español continúa siendo el idioma más elegido por los estudiantes estadounidenses tanto en la Enseñanza Primaria como en Secundaria. Entre un 88% y un 92% de los centros que ofertan clases de idiomas enseña español.

¹³³ El mundo estudia español (2014). Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

La educación universitaria es la etapa educativa que más importancia otorga a la enseñanza de una segunda lengua. Un hecho destacable es que el conocimiento de lenguas permite a los estudiantes de Enseñanza Secundaria obtener créditos universitarios e incluso en muchas universidades, tanto públicas como privadas, es un requisito para ser admitido en las mismas.

No se ha podido acceder a estadísticas de los últimos años sobre número de alumnos que estudian una lengua extranjera en el sistema educativo de Estados Unidos pero, según datos de los Consulados francés y alemán en Boston del año 2008 y las estimaciones que ofrece la American Council for Teaching of Foreign Languages (ACTFL) recogidos en el informe, el porcentaje aproximado de alumnos que estudian una de las siguientes lenguas extranjeras sería el siguiente:

Tabla 25 Principales lenguas extrajeras estudiadas en EEUU

Lengua	Porcentaje
<i>Español</i>	82%
<i>Francés</i>	9%
<i>Latín</i>	5%
<i>Chino mandarín</i>	3%
<i>Alemán</i>	1%

Fuente: El mundo estudia español (2014)

Según estos datos, el español se confirma como la lengua extranjera que más se estudia en Estados Unidos de América, muy por encima del resto de otras lenguas. Su estudio aumenta cada año mientras que la demanda del francés o del alemán continúa disminuyendo. Otra lengua que, junto con el español pero a una gran distancia, continúa aumentando en número de estudiantes es el chino mandarín que en la última década ha pasado del 0.3% a representar un 3%.

Estos datos están en la misma línea que los que se analizan en el informe¹³⁴ publicado por el «Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos». En él, Rhodes, N. y Pufahl, I. (2014) señalan que la enseñanza de lenguas extranjeras está experimentando un retroceso en los Estados Unidos por el empobrecimiento de la oferta de lenguas en las escuelas.

¹³⁴ Rhodes N y Pufahl I. (2014) "Panorama de la enseñanza de español en las escuelas de los Estados Unidos. Resultados de la encuesta nacional". «Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos».

En 1987 menos de una cuarta parte de las escuelas ofrecían formación de idiomas extranjeros; en 1997, su número creció hasta alcanzar un tercio del total; a partir de 2008, sin embargo, la situación ha revertido hasta los niveles de los años ochenta. El panorama formativo se compensa en los centros de Secundaria y Bachillerato, de los que un 91% enseñan lenguas extranjeras, aunque también en este nivel el porcentaje actual sea menor que en el 87. La situación es más grave en las escuelas públicas, donde la oferta de cursos se ha reducido hasta un 15%, frente al 50% de las escuelas privadas.

El interés mostrado por el estudio de la lengua española no se ve acompañado por las políticas lingüísticas del país por lo que el apoyo para su difusión representa un desafío importante de la política de los países hispanohablantes en general y de España en particular.

La estructura de promoción lingüística con la que cuenta España en Estados Unidos está compuesta por los seis centros del Instituto Cervantes, el “Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos” y la red del Ministerio de Educación Cultura y Deporte que se muestra en el siguiente mapa:

Gráfico 40 Presencia del Ministerio de Educación Español en Estados Unidos



Fuente: *El mundo estudia español* (2014). Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

Dadas las dimensiones del país y los datos mostrados por los diferentes estudios a los que nos hemos referido, el desarrollo de las estructuras de difusión de la lengua española en Estados Unidos representan un importante desafío para el futuro del español. Lo mismo ocurre en Brasil, cuyas peculiaridades analizaremos en el siguiente bloque de este trabajo.

V. ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA EN BRASIL

V.1 CONTEXTUALIZANDO LA LENGUA ESPAÑOLA EN BRASIL

Según estimaciones de Martínez-Cachero (2008), el número de personas que hablan español con cierta fluidez en Brasil estaría por encima de los 2 millones. De ellas, la mitad serían extranjeros procedentes de países hispanohablantes y la otra son brasileños que han adquirido la lengua vía formación o por residencia en las zonas fronterizas.

La presencia de la lengua española en Brasil se caracteriza por una distribución heterogénea a lo largo del país. Por un lado, en las zonas de frontera con los países sudamericanos, el español es la lengua de mayor contacto. En esas zonas la extensión y la intensidad de las interacciones se definen por sus características geográficas, económicas, sociales y culturales específicas. En las llamadas zonas de frontera seca, sin ninguna barrera geográfica, el español es una segunda lengua. Así sucede, por ejemplo, en la frontera de Uruguay donde las ciudades continúan a ambos lados.

En otras zonas fronterizas de Brasil el español convive con el portugués y las lenguas indígenas con las cuales, tanto la lengua española como la portuguesa, tienen contacto en las dos fronteras.

Aunque no existe una descripción lingüística que compruebe la existencia de un bilingüismo en estas regiones, el español es una lengua practicada y comprendida sobre todo por la necesidad de comunicación e interrelación entre los habitantes de regiones de frontera. En el resto del país, el español es una lengua extranjera más.

La situación de la lengua española en Brasil cobró importancia para los negocios tras la creación del MERCOSUR, en 1991. Más tarde, a partir de la aprobación de la Ley del Español en 2005, el español creció y se fortaleció como lengua extranjera.

Estos factores han contribuido a que Brasil sea uno de los lugares donde el interés por el aprendizaje del español fue más significativo en las últimas décadas del siglo XX y principios del XXI.

La relación de Brasil con el idioma español ha oscilado a lo largo del tiempo. El gran espacio para la difusión de la lengua española que representa en la actualidad tiene características

propias que lo diferencia del otro gran “mercado” que son los Estados Unidos. En este último caso, el desarrollo de la lengua española se ha producido, en gran medida, por la llegada de emigrantes mexicanos, mientras que en Brasil ha venido acompañado de decisiones políticas relacionadas con la legislación educativa y los acuerdos internacionales.

En ambos casos, el papel desempeñado por las administraciones públicas puede ser relevante para que la lengua española se consolide entre la población local como lengua extranjera. En el caso de Brasil, la segunda tras el inglés.

Tras una década desde la aprobación de la denominada “ley del español”, por la que la oferta de la lengua española se hacía obligatoria en las escuelas de enseñanza media, comprobamos que la mayoría de las amplias expectativas iniciales no se han cumplido.

En los siguientes epígrafes se analizará la evolución del español, su contexto y los resultados económicos aplicados al caso de Río de Janeiro.

V.1.1 Las relaciones España-Brasil

Brasil, séptima economía mundial, se ha convertido en un actor relevante a escala mundial. En la última década, el crecimiento económico, los descubrimientos de yacimientos de gas y petróleo junto a su estabilidad política hicieron del país uno de los grandes referentes internacionales.

Durante mucho tiempo España y Brasil o Brasil y España, pese a los numerosos puntos de interés en común, eran dos países que vivían de espaldas el uno al otro. A diferencia de Italia, Portugal o Japón, que también poseen nutridas colonias de inmigrantes en Brasil, la colonia española, originalmente asentada en torno a la zona cafetera del estado de São Paulo, se caracteriza por su baja exposición en términos de imagen pública.

La relación bilateral entre ambos países comenzó a cambiar en la década de 1990, siendo uno de los principales motores de esta transformación el desembarco masivo de la IED¹³⁵ española en Brasil, especialmente a partir de 1996. Con anterioridad a esa fecha, la IED española era casi

¹³⁵ Inversión Extranjera Directa

insignificante. Las primeras grandes empresas españolas con presencia en Brasil fueron Mapfre en 1992 y Telefónica en 1997.

Según el V Índice Elcano de Oportunidades y Riesgos Estratégicos¹³⁶, Brasil se configura como uno de los retos estratégicos de España. Para Brasil, España representa algo similar ya que también se encuentra en la zona de retos estratégicos del mencionado índice que afirma que si España no hubiese visto reducida su calificación de riesgo figuraría entre los socios fundamentales de Brasil. En las actividades de exportación e importación brasileñas, España ocupa una posición destacada y representa uno de los principales socios en el ámbito de las inversiones directas.

Según otro Informe del Real Instituto Elcano¹³⁷, Brasil cuenta con importantes recursos naturales, siendo el 13º productor de petróleo y el 39º productor de gas natural. Prácticamente autosuficiente en ambos recursos energéticos. Es uno de los principales exportadores de hierro, minerales y otros metales como estaño, acero, manganeso o piedras semipreciosas.

Posee la selva tropical más grande del mundo en la cuenca del Amazonas. Es el principal exportador del mundo de café, carne vacuna, caña de azúcar, cacao, cítricos y el segundo en soja, tras EEUU.

Según este informe sobre relaciones España-Brasil, España es el segundo inversor extranjero en Brasil con un stock acumulado de 77.000 millones de euros, por detrás de EEUU. Casi el 15% de toda la IED en Brasil es española. Brasil es el segundo destino de inversiones españolas en el exterior¹³⁸ como país individual. España se configura como el primer país europeo inversor en Brasil.

Este buen estado de la IED española no se corresponde con el bajo volumen del comercio exterior bilateral (en las dos direcciones) que se haya fuertemente condicionado por fuertes barreras proteccionistas.

¹³⁶ Alvredo Arahuetes y Federico Steinberg, 2014. "V Índice Elcano de oportunidades y riesgos estratégicos para la economía española". Real Instituto

¹³⁷ Malamud, C. (Coordinador). 2014. "Relaciones España-Brasil". Real Instituto Elcano.

¹³⁸ La primera zona de IED española es la UE

Desde mediados de 2013 aumenta la preocupación por el futuro de la economía brasileña. Su crecimiento ha comenzado a desacelerarse, aumentan la inflación y el déficit por cuenta corriente, el real se muestra inestable y las perspectivas de crecimiento de PIB están decreciendo.

Estas tendencias podrían afectar a la evolución futura de las relaciones económicas hispano-brasileñas pero, según la experiencia acumulada y el comportamiento de las grandes empresas de España en Brasil y en América Latina en momentos más convulsos y complicados, algunos expertos (Malamud, C. 2004) opinan que probablemente las tendencias esenciales de la relación permanezcan inalterables y que la inversión española permanezca en Brasil.

Otra cuestión será que la coyuntura actual pueda resultar menos atractiva para nuevos emprendimientos. Pese a ello, en la medida que la buena relación mutua se consolide, este proceso será un argumento más a tener presente por las empresas que quieran acercarse a Brasil.

Uno de los puntos fuertes de la relación bilateral entre España y Brasil ha sido la consolidación de la enseñanza del español, definido en reiteradas ocasiones como uno de los dos grandes mercados para la difusión del español en el mundo. No existe otro país rodeado por un número mayor de países hispanohablantes, siete exactamente.

La enseñanza del español ha vivido una época de auge en Brasil que se ha traducido en un incremento de la demanda a niveles nunca vistos con anterioridad. Este interés ha trascendido lo estrictamente educativo extendiéndose al ámbito empresarial y cultural.

Se han generado importantes expectativas, considerándose la posibilidad de que en pocos años Brasil llegue a ser el primer país del mundo en el que el español sea la segunda lengua hablada, pudiendo superar incluso a EEUU¹³⁹. Si se alcanzan estas previsiones es de esperar un impacto importante en la relación de Brasil con el espacio hispanohablante. No hay que olvidar que en el ámbito de la enseñanza de la lengua, España compite con otros países hispanohablantes, especialmente con el gran vecino y socio de Brasil que es Argentina.

¹³⁹ Malamud, C. (Coordinador). 2014. "Relaciones España-Brasil". Real Instituto Elcano.

El Instituto Cervantes de Sao Paulo inició su actividad en 1998. En 2005 se aprueba la denominada “Ley del Español” por la que los centros de enseñanza media tienen que ofrecer la asignatura de español. Con sus luces y sus sombras, estos hechos junto a la implantación de un importante número de empresas multinacionales españolas y la creación de MERCOSUR, favorecieron que el interés por el español creciera exponencialmente. El Instituto Nacional de Estudios e Pesquisas (INEP) estimó para 2011 en 4.466.698 el número de estudiantes de español en Brasil, situándose como el segundo país con mayor número de estudiantes, superado por EEUU y muy por delante del tercero, Francia.

V.1.2 La imagen del español en Brasil

Anteriormente se analizó la importancia del poder blando en las relaciones internacionales así como el relevante papel de la lengua y la cultura de un país para su posicionamiento internacional.

La buena imagen de un país o conjunto de países favorece el interés por la lengua y, a su vez, la difusión de esta contribuye a la ampliación de la comunidad lingüística y el mercado potencial facilitando las relaciones comerciales. La imagen y el valor otorgado a la lengua española en Brasil han evolucionado al alza y a la baja en función de los acontecimientos sociopolíticos y económicos a los que se suman hechos puntuales como la crisis económica o desacuerdos políticos bilaterales.

En el Latinobarómetro de 2003, la “*opinión general*” de Brasil sobre España era bastante buena (48%), en sintonía con el sentir general de América Latina. La “proximidad” con España era baja (4%) en claro contraste con la máxima puntuación (46%) que obtuvo Argentina. La cultura e idioma españoles tenían una alta valoración (73%).

La imagen de Brasil en España, según diversos estudios, resulta generalmente positiva. El Barómetro del Real Instituto Elcano de 2009 mostraba a Brasil como el cuarto país mejor valorado por los españoles (5,9/10).

La imagen del español y del espacio hispanohablante se ha visto favorecida en Brasil por los lazos económicos y políticos existentes con los países de lengua española que dio origen a numerosas tentativas de cooperación.

En 1960 se dio el primer intento de integración con la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) que finalmente no tuvo éxito, entre otras causas, por las diferencias con Argentina y la implantación de los gobiernos dictatoriales.

Posteriormente siguieron otros proyectos que no se consiguieron implantar como el Pacto Andino en 1969, el Tratado de Cooperación Amazónica (TCA) en 1978 y la ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) que en 1980 sustituía la ALALC.

No fue hasta 1991 cuando se estableció el elemento de integración que se llevaba buscando desde décadas entre los países Latinoamericanos: La creación del Mercado Común del Sur conocido como MERCOSUR.

La firma del Tratado de constitución de MERCOSUR entre Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay implicó la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos para facilitar las relaciones comerciales entre los países implicados. Posteriormente, en 2012, MERCOSUR se amplió con la adhesión de Venezuela y Bolivia.

El tratado, además de la adopción de un mercado unificado y libre para los miembros, tuvo efectos **en el ámbito lingüístico**. En el Artículo 17 del Tratado constitutivo, se establece que “los idiomas oficiales del Mercado Común serán el español y el portugués y la versión oficial de los documentos de trabajo será la del país sede de cada reunión”.

El 13 de diciembre del mismo año los ministros de educación de los estados miembros firmaron un Protocolo de Intenciones sobre programas para orientar la política cultural y educativa. Una de las orientaciones del documento fue “difundir el aprendizaje de los idiomas oficiales de las comunidades –español y portugués– en los sistemas educativos formales, no formales e informales.

Vemos aquí un claro ejemplo de como las políticas lingüísticas aparecen vinculadas a las relaciones comerciales internacionales. Dado que Brasil es el único país del bloque cuya lengua no es el español, MERCOSUR promovió la necesidad de una política lingüística en relación con el español que contribuyó a la valorización de esa lengua en el país.

La influencia de MERCOSUR fue decisiva en la renovación de la imagen del español en Brasil. Sin embargo, no se puede atribuir al tratado la exclusividad como precursor de la obligatoriedad del español en la Educación Secundaria brasileña.

Al comienzo de la década de los 90 el español comenzó a tener un crecimiento significativo consecuencia del cambio de escenario socioeconómico que aumentó la influencia de la lengua y la cultura hispánicas en el mundo, especialmente en el caso de España. De hecho, la década de los 90 fue conocida como el periodo del boom del español que en Brasil se manifestó mediante la explosión de cursos de español derivados de la demanda para estudiar la lengua.

En esa época las principales empresas privadas dedicadas a la enseñanza de idiomas (CCAA, Wizard y Fisk) incorporan a su oferta el español, que se extenderá por Brasil mediante el sistema de franquicias que estas utilizan¹⁴⁰. En esta creciente oferta formativa encontramos el origen de un desarrollo paralelo en la producción didáctica de lengua española.

Peres, J. (2014) se pregunta sobre las causas de este crecimiento de la lengua española en la década de los 90. Si se extendió al siglo XXI y permanece hasta el día de hoy. ¿Qué motivos hicieron a los brasileños comenzar a valorar la lengua española como objeto de su interés? ¿Qué causas pueden considerarse precursoras de la implantación del español como obligatorio en la enseñanza brasileña? A estas cuestiones habría que añadir como afectarán los acontecimientos socioeconómicos actuales a la visión actual y al desarrollo del español en Brasil.

A comienzos del siglo XXI se dieron una nueva serie de circunstancias que repercutieron favorablemente en el prestigio del español y tuvieron su reflejo en el interés por el estudio de la lengua y en el desarrollo de la legislación que favoreció su extensión en Brasil.

El español se encontraba en auge gracias, sobre todo, a razones de orden económico, social y cultural de varios países del espacio hispanohablante que favorecieron la buena imagen lengua española asociada a países emergentes o en fase auge económico.

Según Peres, J. (2014) entre estos hechos, que culminaron en Brasil con la Ley 11.161 de 2005 (Ley del Español), cabe destacar los siguientes:

¹⁴⁰ Laseca, (2008)

Las grandes inversiones de España en Brasil: España en pleno crecimiento económico llegó a ser el mayor inversor extranjero en Brasil detrás de Estados Unidos reforzado por la creación de MERCOSUR al tiempo que Brasil crecía internacionalmente como país líder del bloque económico.

La llegada de empresas españolas a Brasil: Las grandes empresas españolas se instalaron durante ese periodo a la vez que Brasil se convertía en una excelente apuesta para la inversión privada. Empresas como Telefónica, Mapfre, Banco Santander, Repsol YPF invirtieron en Brasil y, según algunas estimaciones, llegaron a alcanzar la cifra de 450.

Presencia de instituciones españolas y la difusión del español: La presencia de instituciones españolas en territorio brasileño reforzó el efecto de los factores económicos sobre la difusión del español. El Instituto Cervantes llegó a Brasil siete años después de su creación, en 1998, instalándose en São Paulo. A partir de ahí comenzó su expansión en las principales ciudades del país, contando en la actualidad con ocho centros.

Además el gobierno español cuenta con la Consejería de Educación encargada de gestionar las políticas educativa y científica de España en Brasil y la AECID que contribuye a la formación de profesores a través de sus programas de becas.

En este panorama no podemos olvidar la existencia de factores negativos para la imagen de la lengua española en Brasil. Uno de ellos es el denominado *portuñol*¹⁴¹. El español en Brasil, hasta los años 90 se veía como una lengua parecida y fácil cuyo estudio no era necesario, donde el *portuñol* suplía las necesidades de uso. Celada (2005) habla de la ilusión de la competencia espontánea: español-lengua parecida-lengua fácil-lengua espontánea-*portuñol*. Esta similitud entre ambas lenguas hace que el estudio del español sea erróneamente desvalorizado y se demanden menos cursos de español.

El español no proyecta una imagen de **lengua científica**. Como veremos más adelante, en el programa brasileño *Ciencias sin Fronteras*, los alumnos beneficiarios de becas de intercambio universitario no suelen decantarse en su elección por países hispanohablantes. A pesar de la proximidad lingüística con el español, prefieren otros destinos. España aparece en 7º lugar en

¹⁴¹ Mezcla de español y portugués que surge de la semejanza entre ambas lenguas.

la elección con un número de becarios similar a Italia o Portugal y muy alejado de países como EEUU, Francia, Canadá o Alemania que ocupan los primeros lugares.

Con la aprobación de la “ley del español” apareció la necesidad inmediata de profesores de español. Para atender esta demanda potencial, que luego fue menor de lo esperado, el Instituto Cervantes junto a Universia participó en un proyecto del gobierno brasileño para la reconversión de docentes de otras disciplinas en profesores de español. Este proyecto, como veremos, no tuvo una buena acogida en las universidades ni entre el colectivo de profesores de español. El conflicto tuvo como consecuencia un distanciamiento entre las instituciones que se va superando con el tiempo pero que aún sigue presente.

Otro de los factores que ha hecho que el español no gozara una elevada consideración, sobre todo en las zonas fronterizas del Norte y el Centro-Oeste, ha sido su asociación con emigrantes de habla hispana procedentes de países más pobres.

En algunos estados brasileños existen emigrantes de países de lengua hispana, principalmente de Bolivia, Perú, Colombia o Venezuela con las características propias de la mayoría de la emigración en el mundo. Es decir, bajos niveles sociales, educativos o económicos dispuestos a ocupar los puestos de trabajo más humildes. Esto ha generado¹⁴², al menos, en los estados de Roraima, Amazonas, Acre, Rondônia y ambos Mato Grosso, una tradición de cierto rechazo, no al español, sino a considerar a la lengua española como un plus formativo.

Esta tendencia está cambiando. De hecho varios de los estados mencionados se encuentran, entre aquellos que más han impulsado la enseñanza del español en la última década. Ese cambio viene de la mano de la cada vez mayor consideración del valor económico que se da al español en Brasil.

El efecto conjunto ha resultado favorable para la expansión del español en Brasil. Aunque los factores negativos no han conseguido contrarrestar el impulso generado por el resto de variables positivas, resulta necesario trabajar sobre ellos para minimizarlos paulatinamente.

¹⁴² Martínez-Cachero Laseca, A. (2008) La Enseñanza del Español en el Sistema Educativo Brasileño. MINISTERIO DE EDUCACIÓN POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTES Ed. Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. EMBAJADA DE ESPAÑA EN BRASIL – CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

V.1.3 Panorama institucional del español en Brasil

MERCOSUR y la “Ley del Español” se identifican como los principales detonantes del esplendor que la enseñanza del español como lengua extranjera ha disfrutado en Brasil durante los últimos años. Las cuestiones lingüísticas son evocadas desde la creación de MERCOSUR y, hasta ahora, Brasil es el país que más ha invertido en la promoción de la lengua de los países vecinos en su territorio.

La aprobación de la ley obliga a ofertar la lengua española en todos los establecimientos de enseñanza secundaria de Brasil creando un importante mercado potencial para las industrias de la lengua en Brasil. Los países miembros de MERCOSUR no disponen de una infraestructura adaptada a las nuevas necesidades lingüísticas y educativas de su vecino *lusófono*, por lo que España ha ido mejorando posiciones en el mercado brasileño gracias, entre otros, al peso de la industria editorial y al desarrollo de una red institucional de apoyo a la difusión del español.

a. *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España*

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España tiene presencia en Brasil desde 1978 cuando se crea en Sao Paulo el colegio hispano-brasileño Miguel de Cervantes. Desde entonces su presencia se ha ido incrementando tanto en número de localidades como en asesores y personal administrativo.

El Ministerio cuenta con la Consejería de Educación (Brasilia) y una Asesoría de Educación (Río de Janeiro). Está presente también en las principales ciudades a través de sedes en Salvador, Belém, Cuiabá, São Paulo y Belo Horizonte, en cada una de las cuales actúa un asesor técnico.

Según el anuario “El mundo estudia español” de 2014, existen en Brasil dos centros vinculados al Ministerio de Educación: el Colegio Miguel de Cervantes, de titularidad mixta, con 1.452 alumnos en São Paulo, y el Colegio Español Santa María, en Belo Horizonte (Minas Gerais), adscrito al programa de Centros de Convenio y que cuenta con 1.563 estudiantes.

Gráfico 41 Presencia del Ministerio de Educación Español en Brasil



Fuente: *El mundo estudia español* (2014). Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

b. Instituto Cervantes en Brasil

El Instituto Cervantes cuenta con ocho centros ubicados en las principales ciudades de Brasil. Sao Paulo, en 1998, fue el primero en iniciar su actividad; en 2001 empezó a funcionar el centro de Rio de Janeiro; en 2007 arrancan los centros de Brasilia, Curitiba, Porto Alegre y Salvador de Bahía. Los últimos en iniciar actividad fueron los de Belo Horizonte y Recife en 2008.

Vemos que la progresión cronológica tiene su punto álgido tras la aprobación de la mencionada Ley del Español en lo que se puede considerar como una verdadera política de expansión del Instituto Cervantes en Brasil. Sin embargo, esta rápida implantación en el gran país Iberoamericano no ha estado libre de dificultades.

Como se ha mencionado, la aplicación de la ley se enfrenta a múltiples problemas siendo uno de ellos el rápido aumento de la demanda de profesores de español formados. El Instituto Cervantes, intentó ofrecer una solución¹⁴³ a este problema firmando un acuerdo con la Secretaría de Educación del Estado de São Paulo (SEE-SP), el Banco de Santander y Universia¹⁴⁴.

¹⁴³ Garin, V. (2014) "Discours, normes et pouvoir en hispanophonie. L'exemple de la promotion de l'espagnol au Brésil". www.Cair.info/revue-mots-2014-3-page-43.htm

¹⁴⁴ Una de las mayores redes de universidades ibero-americanas. Creado en 2000 bajo el patrocinio del banco Santander.

El objetivo del programa llamado *Oye* era formar a los profesores (independientemente de su disciplina de origen) que tuvieran vinculación con la educación nacional para que se convirtieran en profesores de español. Tras recibir 600 horas de formación a distancia recibirían la capacitación para impartir clases de español. Esta medida fue muy controvertida pues la carga horaria de la licenciatura de español en la universidad brasileña está en torno de las 2.800 horas.

Con esta medida el gobierno brasileño delegaba en dos instituciones españolas la función estratégica de formar a los profesores de secundaria dejando de un lado a las universidades públicas que en el Estado de São Paulo fueron pioneras en la formación de profesores de español.

Como consecuencia de la firma de este acuerdo las asociaciones de profesores se movilizaron para tratar de evitar la puesta en marcha del proyecto y manifestar su descontento hacia el gobierno y hacia el Instituto Cervantes.

Según el trabajo de Garin, V (2014), este acontecimiento sigue vigente y es mencionado por algunos directores, jefes de estudios y profesores que participaron en su investigación. La mayoría refiere la actitud de algunos universitarios que, según ellos, buscan mantenerse como referentes del español en Brasil.

Esta situación se va superando con el tiempo y no tiene efecto sobre los cursos generales de español que imparte el Instituto Cervantes en Brasil. Sin embargo, puede representar un obstáculo en el desarrollo de la formación de profesores de español, una de las funciones que también tiene atribuidas.

V.2 EVOLUCIÓN DEL ESPAÑOL EN EL SISTEMA EDUCATIVO DE BRASIL

V.2.1 Estructura del sistema educativo

Para situar el español en el sistema educativo brasileño necesitamos conocer su estructura, su problemática y complejidad. Una de las características más destacadas es su gran dimensión. Se trata de un sistema educativo con unos cincuenta millones de alumnos a lo largo de una superficie que es el doble de la actual Unión Europea. Su complejidad no deriva solo de ese dato, sino que a ello hay que sumar otros como la distribución de competencias educativas entre distintos entes políticos (municipios, estados, gobierno federal) o las importantísimas diferencias entre zonas territoriales y entre el mundo rural y el urbano.

La estructura, etapas y competencias del sistema educativo brasileño están regulados por la Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional (en adelante LDB), Ley nº 9.394, de 20/12/1996 y el Plan Nacional de Educación (en adelante PNE), aprobado en enero de 2001 mediante la Ley nº 10.172 y se organiza de la siguiente manera:

Tabla 26 Estructura del sistema educativo brasileño

Titulo General	Titulo Específico	Duración/niveles	Edad	Autoridad educativa competente
Educación Básica	Educación Infantil	4 años	0-3	Municipios y Distrito Federal
		2 años	4-5	
	Enseñanza ¹⁴⁵ Fundamental (Educación Obligatoria)	1 ^{er} curso	6	Municipios, Estados y Distrito Federal
		2 ^o curso	7	
		3 ^{er} curso	8	
		4 ^o curso	9	
		5 ^o curso	10	
		6 ^o curso	11	
		7 ^o curso	12	
		8 ^o curso	13	
	Enseñanza Media	9 ^o curso	14	
1 ^{er} curso		15		
2 ^o curso		16		
Educación Superior	Graduación	3 ^{er} curso	17	Gobierno Federal y Estados
		Variable 6/8 semestres	18-24	
	Posgrado: Master Doctorado	Variable	Variable	Gobierno Federal

Fuente: Martínez-Cachero Laseca, A (2008)

A partir del quinto año de Enseñanza Fundamental, los alumnos pueden cursar voluntariamente estudios de Educación Profesional y obtener una doble titulación. Concluida la Enseñanza Media o equivalente, el sistema educativo brasileño ofrece varias opciones para seguir estudios superiores: estudios secuenciales¹⁴⁶ de hasta dos años de duración; estudios de grado, la mayoría de cuatro años; estudios de formación tecnológica, de dos o tres años de duración, y estudios de cinco o seis años, como los de Ingeniería o Medicina.

¹⁴⁵ La incorporación de un noveno año en la E. Fundamental, y el inicio de la misma a los seis de edad, es preceptivo en varios estados en 2008, en aplicación de las Leyes 11.274/06, de 6 de febrero y 11.114/05, de 16 de mayo, que establece como plazo último para su implantación el año 2010. Los datos referidos a censos de años anteriores, todavía contemplan una Enseñanza Fundamental de 8 cursos, divididos en dos ciclos simétricos, y un segundo ciclo de infantil de tres años para niños de entre cuatro y seis de edad

¹⁴⁶ Los estudios secuenciales y los de formación tecnológica están orientados a la inserción en el mercado de trabajo. Es posible, posteriormente, obtener el título de Grado aprovechando los créditos de las disciplinas cursadas.

Tabla 27 Número de matrículas en Educación Básica (Brasil)

Año	Total General	Pública				Privada	
		Total	Federal	Estadual	Municipal		
2007	53.028.928	46.643.406	185.095	21.927.300	24.531.011	6.385.522	12,0%
2008	53.232.868	46.131.825	197.532	21.433.441	24.500.852	7.101.043	13,3%
2009	52.580.452	45.270.710	217.738	20.737.663	24.315.309	7.309.742	13,9%
2010	51.549.889	43.989.507	235.108	20.031.988	23.722.411	7.560.382	14,7%
2011	50.972.619	43.053.942	257.052	19.483.910	23.312.980	7.918.677	15,5%
2012	50.545.050	42.222.831	276.436	18.721.916	23.224.479	8.322.219	16,5%
2013	50.042.448	41.432.416	290.796	17.926.568	23.215.052	8.610.032	17,2%

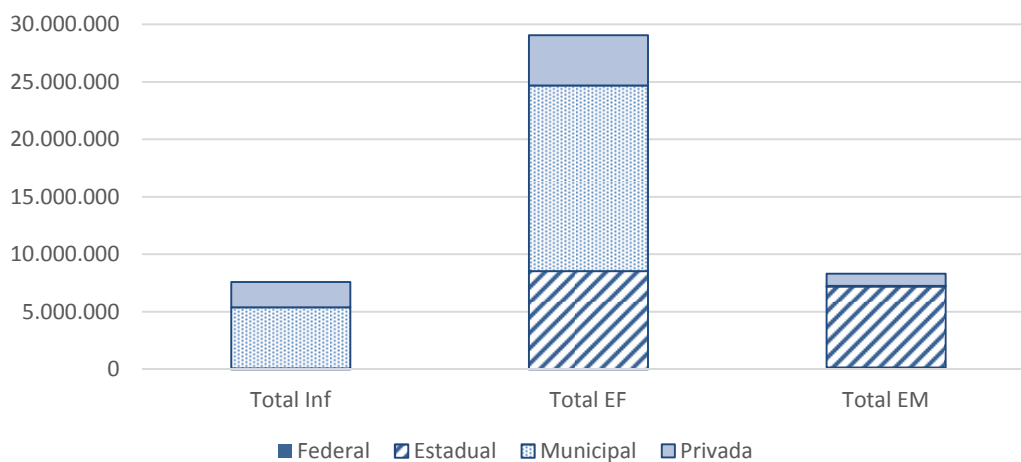
Fuente: Censo Educación Básica 2013.

En torno a un 17% de las matrículas de 2013 se realizaron en centros privados, observándose en los últimos años una tendencia al aumento del sector en detrimento de la educación pública.

En enseñanza fundamental, la mayoría de los estudiantes cursaban en centros de las redes municipales y el resto se repartía entre la red de centros de los estados y el sector privado (13%).

En la enseñanza media, más del 80% de los estudiantes cursan estudios en la red de los estados y el 12% en la red privada.

Gráfico 42 Matrículas en educación básica por modalidad y etapa en Brasil



Fuente: Censo Educación Básica 2013.

V.2.2 Características del sistema educativo

Como principales características de la calidad educativa en Brasil, Martínez-Cachero (2008) destaca, por un lado, el reducido número de horas de clase que con 4,4 está muy por debajo de las 6 que tienen de media los países de la OCDE. Por otro lado, menciona el elevado ratio de alumnos por profesor que se sitúa en torno a los 30 alumnos con importantes variaciones entre niveles educativos y la escuela pública y privada, esta última mejor posicionada por el bajo nivel de gasto medio por estudiante que se registra en Brasil.

En relación a los profesores, destacan los bajos salarios así como el importante porcentaje de profesores sin licenciatura universitaria y el gran volumen de horas de docencia que imparten.

Las cifras muestran una evolución positiva de algunos indicadores educativos como la tasa de analfabetismo que, aunque sigue elevada (8,5% según el IBGE) va descendiendo lentamente, sobre todo entre la población más joven.

Uno de los hechos más paradójicos de la educación brasileña es la descompensación que existe entre el gasto público en estudiantes no universitarios y los universitarios. Las universidades públicas brasileñas gozan de un elevado prestigio y existe una gran competencia en las pruebas de acceso a las mismas.

Las carencias del sistema público dificulta que estos alumnos consigan buenos resultados y, como consecuencia, el 70% de los estudiantes de las universidades públicas provienen de las familias del tramo con el 20% de mayor riqueza¹⁴⁷.

V.2.3 La regulación del español en la educación brasileña

En la educación brasileña, la formación en lenguas extranjeras siempre estuvo ligada a factores económicos, culturales y políticos. El español aparece en el sistema educativo brasileño durante el periodo imperial, hace más de un siglo, fruto de la necesidad de preparar a los alumnos para la formación superior cuyos profesores utilizaban materiales escritos en inglés o en francés. Según Guimaraes (2011) a esto se une el hecho de que ambas lenguas eran

¹⁴⁷ Martínez-Cachero Laseca (2008)

asignatura obligatoria para el acceso a las grandes universidades y la motivación “utilitaria” derivada de la apertura de los puertos brasileños hacia el comercio extranjero.

A partir de ese momento, se han ido sucediendo diversos episodios políticos y legislativos que han marcado la trayectoria de la enseñanza del español en Brasil¹⁴⁸. El volumen de textos legislativos y proyectos de ley presentados en este tiempo es cuantioso por lo que nos detenemos en los más relevantes.

Colegio Pedro II.

El colegio Pedro II es una institución tradicional de enseñanza pública federal, localizado en el Estado de Río de Janeiro. Fundado en 1837 (tercero más antiguo de Brasil) es considerado un modelo de referencia y patrón para otras escuelas secundarias en todo el país en cuanto a material y programas de enseñanza utilizados.

El español fue incluido por primera vez en el sistema educativo brasileño como asignatura optativa a través de un concurso público para cubrir una Cátedra de Español en el Colegio Pedro II, aprobado por la Ley 3.674 de 7 de enero de 1919. Como indica Guimarães (2011) la plaza de español se creó en el colegio en reciprocidad al acto del gobierno de Uruguay que creó una cátedra de portugués¹⁴⁹. Una vez más la lengua es objeto de las relaciones internacionales.

Ley Rocha Vaz

En la década de los años 20 del siglo XX, Brasil se enfrentó a numerosos cambios políticos y educacionales derivados del crecimiento industrial, del aumento de población y del desarrollo urbano, entre otros. En ese contexto surgió la reforma llamada “Ley Rocha Vaz”¹⁵⁰, que contemplaba el español y el italiano como asignaturas optativas y extinguía la cátedra de español del Colegio Pedro II.

¹⁴⁸ Contrastes e reflexões sobre o ensino de espanhol em escolas públicas do DF: Uma visão real acerca de implantação da Lei 11.161/2005. Julyana Peres Carvalho. Dissertação de mestrado em linguística aplicada. Brasília/DF 2014.

¹⁴⁹ “a cadeira de espanhol foi criada em reciprocidade ao ato do governo do Uruguai que criou uma cadeira de português” Traducción propia.

¹⁵⁰ Decreto 16.782-A de 13 de enero de 1925

Posteriormente¹⁵¹, los programas del colegio Pedro II incorporaron la enseñanza de literatura española como una más de las estudiadas dentro de la asignatura de Literatura, junto a la francesa, portuguesa, alemana, etc¹⁵².

Reforma Francisco Campos

En 1930 fue creado el Ministerio de Educación y Salud Pública¹⁵³ con el que se inicia una campaña de nacionalización de la educación (Laseca, 2008) conocida como Reforma Francisco de Campos, entonces ministro de educación. Esta reforma afectó de manera significativa a la enseñanza de lenguas extranjeras en Brasil que fue enfocado desde una óptica nacionalista: se cerraron escuelas abiertas por extranjeros, hubo represión hacia la enseñanza bilingüe, destrucción de material didáctico e incluso prisión para los profesores¹⁵⁴. De esta manera el español fue relegado a la enseñanza de su literatura.

Reforma de Capanema y la Ley Orgánica de enseñanza secundaria de 1942

Con el objetivo de reestructurar la educación brasileña, el ministro de educación Gustavo Capanema elaboró el primer texto legal que determina la obligatoriedad de la enseñanza del español en las escuelas secundarias de Brasil¹⁵⁵ conocido como “Reforma Capanema”. La justificación para la inclusión del español se basó en la consideración de la lengua española como “antigua y vigorosa cultura e de gran riqueza bibliográfica”¹⁵⁶.

Sin embargo, esta presencia, prácticamente simbólica con solo un año de estudios en la carga horaria, era la mitad de lo contemplado para el francés o el inglés. Según Peres Carvalho, J. (2014) esto contribuyó a que la lengua española fuera percibida por los brasileños como una lengua “auxiliar” o “instrumental” con una carga horaria pequeña comparada con las demás lenguas estudiadas.

Proyecto de Ley de Juscelino Kubitscheck

La mayoría de los proyectos de Ley propuestos para incluir el español como disciplina obligatoria en los currículums de la educación brasileña se justificaban por la integración

¹⁵¹ Decreto Federal nº 18.564 de 15 de enero de 1929

¹⁵² Guimaraes (2011)

¹⁵³ Ministério de Educação e Saúde Pública.

¹⁵⁴ Guimaraes (2011)

¹⁵⁵ Lei orgánica do Ensino Secundario.

¹⁵⁶ Chagas, 1979, p.116. “antiga e vigorosa cultura e de grande riqueza bibliográfica”. Traducción propia.

económica, social, política y cultural con los países de Sudamérica. Aunque ninguno de esos proyectos se convirtiera en ley demuestran que el interés por el español es antiguo.

El primer proyecto que buscó equiparar la enseñanza del español con la del inglés fue el Proyecto de Ley nº 4606/1958 del poder ejecutivo cuyo autor fue, el entonces presidente, Juscelino Kubitschek. En ese momento el español solo se estudiaba en un año del ciclo secundario mientras que las demás lenguas extranjeras (francés e inglés) contaban con cinco años. Esta propuesta de ley consistía en equiparar el número de años de estudio de las tres lenguas¹⁵⁷.

Este proyecto de ley se planteó en un momento en el que el gobierno brasileño miraba hacia América Latina en el movimiento llamado “Operación Pan-Americana” surgido tras la protesta que recibió el presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, durante su visita a los países de Latino América en 1958. Por tanto, la medida se configuraba como una estrategia política para mejorar las relaciones entre los países de las Américas. Sin embargo, no fue aprobada por el Congreso Nacional y la enseñanza de la lengua española permaneció igual que estaba, con solo un año de estudio.

Las Leyes de Directrices y Bases de la Educación Nacional¹⁵⁸ (LDB)

Esta serie de LDBs, aprobadas en 1961 y 1971, representan, según Rodrigues (2010) uno de los acontecimientos jurídicos más relevantes en lo que se refiere a la enseñanza de lenguas extranjeras de Brasil. Estas leyes tuvieron la finalidad de regular la educación formal en las instituciones educativas brasileñas de acuerdo a los principios de la Constitución Federal.

La primera de ellas, LDB/1961¹⁵⁹, significó la ruptura con el enfoque que se venía siguiendo en torno a la enseñanza de lenguas extranjeras hasta ese momento siendo excluidas del lugar destacado que ocupaban en la LO/1942. De esta forma las lenguas desaparecen completamente de la legislación educativa brasileña.

La LDB/1961 creó los Conselhos Estaduais de Educação (CEE), que serían los entes encargados de completar la estructura curricular con las asignaturas optativas considerando las

¹⁵⁷ “Art 1º O idioma espanhol será ministrado nos dois ciclos do ensino secundario observadas nas mesmas bases estabelecidas no Decreto-lei nº 4.244 de 9 de abril de 1942 para o ensino do idioma inglês, inclusive no que tange às séries e cursos em que será lesionado.

¹⁵⁸ Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

¹⁵⁹ Lei nº4.024 de 20 de diciembre de 1961.

especificidades de cada región. Es aquí donde podrían tener cabida las lenguas extranjeras, sin embargo, el español prácticamente se extinguió mientras que el francés permaneció vivo gracias a su marcada presencia cultural y el inglés ya se consolidaba como la lengua comercial.

En la LDB/1971¹⁶⁰, las lenguas extranjeras vuelven a ser mencionadas como opciones a incluir en los CEE reforzando su carácter “extracurricular” y su desvinculación del espacio escolar.

La resolución nº 58 de 1976

En diciembre de 1976 se firmó la Resolución nº 58 que modificaba la LDB/1971 en lo que a la enseñanza de Lenguas Extranjeras se refiere. El estudio de lengua extranjera pasó a formar parte de las disciplinas obligatorias ofrecidas en el segundo grado y su inclusión fue “recomendada” en el primer grado como asignatura complementaria. Esta resolución se refiere al estudio de “lengua extranjera moderna” sin especificar cuál será pero diferenciándola de las lenguas clásicas y la portuguesa.

Década de 1980 y las primeras iniciativas para la vuelta del español

Hasta este momento, hemos visto que la enseñanza del español en Brasil ha atravesado diferentes momentos siendo suprimido y prácticamente extinguido de la enseñanza reglada. El inglés se fue convirtiendo en la lengua comercial y el francés perdiendo su espacio al tiempo que se fue consolidando la idea de que estudiar español es fácil. Sin embargo, algunos acontecimientos contribuyeron para que la lengua española volviera a ser considerada.

En 1979, en Niteroi (RJ), se crearon los primeros **Centros de Estudios de Lenguas Extranjeras Modernas**.

En 1985 fueron creados, en la red pública de enseñanza, los **Centros de Lenguas de Brasil** que incluían la enseñanza de español.

A comienzos de los años 80, se inician algunas tentativas para la vuelta del español a los currículos de las escuelas brasileñas con la creación de las Asociaciones Estatales de Profesores de Español¹⁶¹ (APES) cuando en 1981 se crea la APEERJ (**Asociación de Profesores de Espanhol do Estado do Rio de Janeiro**) y en 1983 se crea la APEESP (**Asociación de Profesores de Espanhol do Estado do Estado de São Paulo**).

¹⁶⁰ Ley nº 5.682 de 11 de agosto de 1971.

¹⁶¹ Associações Estaduais de professores de Espanhol.

Estos movimientos contribuyeron a la reintroducción del español en el currículum escolar en algunos estados y para que apareciera entre las opciones de lengua extranjera del *Vestibular*¹⁶².

La LDB de 1996

En diciembre de 1996 se aprobó la Ley nº 9.394, Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional, que rige hasta hoy el sistema educativo de Brasil. Esta ley devolvió a las lenguas extranjeras el carácter obligatorio en los dos niveles de escolarización. En ella se percibe un importante avance en la obligatoriedad del español.

La ley especifica lo siguiente sobre la oferta didáctica de lenguas extranjeras:

Enseñanza Fundamental:

Artículo 26, párrafo 5º

(...) Se incluirá obligatoriamente, a partir del quinto curso, la enseñanza de al menos una lengua extranjera moderna, cuya elección estará a cargo de la comunidad escolar, dentro de las posibilidades de la institución (Extracto de la ley. Traducción propia)

Enseñanza Media:

Artículo 36, inciso III

(...) Se incluirá una lengua extranjera moderna, como disciplina obligatoria, escogida por la comunidad escolar, y una segunda, con carácter optativo, dentro de las posibilidades de la institución (Extracto de la ley. Traducción propia)

Hasta la publicación de esta ley, la lengua preponderante era el inglés. Con esta nueva legislación surge la posibilidad de estudiar una segunda lengua extranjera y se mejoró la presencia del español que creció considerablemente.

El auge del español en los años 90 también llega a las universidades con la creación de licenciaturas específicas y el surgimiento de posgraduaciones en el área de la lengua española (Novodvorski y al, 2010).

¹⁶² El vestibular es un examen de acceso realizado por las universidades brasileñas para seleccionar a sus estudiantes. Se trata de una prueba que evalúa los conocimientos adquiridos tanto en la escuela primaria como en la secundaria, siendo el principal medio de acceso a la educación universitaria en Brasil.

V.2.4 La Ley 11.161/2005

Aspectos relevantes de la Ley

Sin intención de entrar en un detalle exhaustivo de la referida ley, después de analizar el contexto en que esta surgió, pasamos a ver los puntos más relevantes de la misma.

Lo primero que sorprende es su brevedad ya que se solo consta de siete artículos desarrollados en menos de una página. Al ser una ley federal, los gobiernos de los diferentes estados y ayuntamientos pueden promover su regulación considerando las posibilidades y necesidades locales. Debido a la multiplicidad de interpretaciones posibles que la ley suscitó, las medidas tomadas por los gobernantes han sido muy diversas.

El artículo 1 de la ley 11.161, que resume su contenido, dice así (traducción propia):

La enseñanza de la lengua española, de oferta obligatoria por la escuela y de matrícula facultativa para el alumno, será implantada gradualmente en los currículos de enseñanza media.

- 1. El proceso de implantación deberá concluir en el plazo de cinco años a partir de la publicación de esta ley.*
- 2. Será facultativa la inclusión de la lengua española en los currículos de enseñanza fundamental de la 5ª a la 8ª serie.*

Uno de los aspectos más polémicos de esta ley surgió en torno a obligatoriedad del español por las diferentes interpretaciones generadas a través de los medios de comunicación y por los Consejos Estatales y Municipales de Educación. A esto se unieron las dudas por la contradicción con la LDB/1996, que ya contemplaba la obligatoriedad de una lengua extranjera escogida por la comunidad. La implantación del español se configuraba como problemática y generó medidas diferentes en los estados brasileños.

La cuestión de la implantación “gradual” también produjo interpretaciones y medidas variadas entre los estados. En Mato Grosso e Mato Grosso do Sul la ley se reguló en 2006 y 2007 respectivamente. Otros estados interpretaron que hasta 2010 el idioma debería ser impartido

en Enseñanza Media (Ensino Medio). Por último, la mayoría de los estados como Rio de Janeiro y Minas Gerais, interpretaron que “los cinco años a partir de la implantación de esta ley” como el plazo para empezar a cumplirla por lo que no iniciaron la implantación hasta 2010. Según Peres Carvalho, J. (2014) esta actitud demostró como algunos estados demoraron la implantación del español hasta los últimos momentos del plazo final.

También se generaron puntos de confusión sobre la fecha de implantación, sobre los cursos en los que se enseñaría el español y el horario en el que la asignatura de español sería impartida.

Además de las múltiples interpretaciones a que dio lugar, la “Ley del Español” se enfrentó a otras dificultades cuya resolución aún se encuentra pendiente en muchos casos. Destacan las relacionadas con las infraestructuras, equipamientos y, sobre todo, profesores de español a lo que se unen las diferencias entre las escuelas públicas y privadas.

Efectos de la Ley

La ley establece que las escuelas de Enseñanza Media de todo Brasil deberán ofrecer la lengua española en su horario regular, quedando a opción del alumno el escoger la materia. En la Enseñanza Fundamental, la lengua española podrá ser ofertada por las Escuelas a partir del 5º curso.

Su aprobación generó gran **expectación** en los países hispanohablantes de ambos lados del Atlántico, tal y como comprobamos a través de las declaraciones de representantes de instituciones relacionadas con la enseñanza del español.

Por ejemplo, el Ministro de Educación de Argentina, Daniel Filmus, declaraba que “se abría un panorama importante para los docentes argentinos que estén dispuestos a formar profesores en Brasil” o que “estaban dispuestos a ayudar a Brasil en lo que fuera preciso para la capacitación de sus propios docentes”, si bien resaltaba que “queremos ayudar, pero eso no significa que vaya a haber una emigración de profesores argentinos a Brasil”¹⁶³.

En España la medida generó gran entusiasmo y el día después de su aprobación por la Cámara de Diputados brasileña, el entonces Director del Instituto Cervantes, Cesar Antonio Molina,

¹⁶³ <http://www.lanacion.com.ar/723852-brasil-necesitara-230000-docentes-de-espanol>

declaraba que la aprobación de la Ley¹⁶⁴ “es un acontecimiento histórico para la lengua española y un impulso decisivo para su difusión como lengua de comunicación internacional”, señalando que era “la noticia más importante de los últimos años”, y afirmando que “ahora todos los países de lengua española deben esforzarse para apoyar la iniciativa que abre una oportunidad extraordinaria para nuestras industrias culturales”.

Tras diez años desde la aprobación de la Ley del Español, la implantación del español en el sistema educativo ha sido menor de lo esperado. Martínez-Cachero, A. (2008) apuntaba varios factores que dificultarían este proceso. Entre ellos destaca, al igual que sucedió con los proyectos precedentes, problemas de logística y la escasez de recursos.

Esta ley federal establece que las competencias para la implantación corresponden a las Secretarías Estadales de Educación cuyo principal problema reside en el alto porcentaje en gasto de personal para sus presupuestos educativos.

La **contratación** de nuevos profesores representa uno de los principales escollos en la aplicación de esta ley. Sin embargo no hay un cálculo oficial ni encontramos consenso sobre la necesidad real. Las estimaciones sitúan la demanda potencial de profesores en una horquilla de entre 6.627 a 250.000.

El autor, tras realizar un pormenorizado análisis, concluye que para implementar plenamente la Ley del español, tanto en escuelas públicas como en privadas, harían falta entre 7.462 y 8.150 nuevos profesores de español. El sistema universitario brasileño cuenta con potencial suficiente para hacer frente a esta demanda sin que sea necesario reclutar profesores provenientes de otros países y apunta la necesidad de mejorar los salarios, comparativamente más bajos que en los países de su entorno.

En esta década la implantación del español no parece haberse desarrollado en el sector educativo tal y como se esperaba, especialmente por parte de los países hispanohablantes.

A pesar de que el ritmo ha sido menor de lo esperado, la implantación del español en el sistema educativo brasileño ha generado efectos económicos favorables para las industrias del español.

¹⁶⁴http://www.abc.es/hemeroteca/historico-09-07-2005/abc/Cultura/los-directores-de-la-rae-y-el-cervantes-aplauden-la-ley-que-lleva-a-el-espa%C3%B1ol-a-las-escuelas-de-brasil_203672311032.html

Las lenguas extranjeras modernas (español e inglés) fueron incluidas en el Programa Nacional del Libro¹⁶⁵ para Enseñanza Fundamental (2011 y 2014) y Enseñanza Media (1912) por el cual las escuelas públicas de todo el país (federales, del estado o municipales) pueden adherirse al programa y recibir colecciones didácticas de las dos lenguas, lo cual fomentó la venta de libros y el crecimiento de la industria editorial, fundamentalmente española, en Brasil.

¹⁶⁵ El programa nacional del libro suministra material didáctico a los estudiantes de la red pública de enseñanza en los niveles fundamental y medio.

V.3 OFERTA Y DEMANDA DE ESPAÑOL EN BRASIL

V.3.1 El español en la educación básica brasileña

El tratamiento del español como LE es desigual en las diferentes etapas del sistema educativo. En **Educación Infantil**, hasta los 5 años y no obligatoria, la enseñanza del idioma extranjero es **testimonial** y prácticamente se limita a los centros patrocinados por instituciones extranjeras (liceos franceses, colegios británicos, colegios españoles etc.). En el caso del español, ocupa un lugar destacado y de referencia el Colegio Español de Titularidad Mixta Miguel de Cervantes de Sao Paulo.

En la **Enseñanza Fundamental**, equivalente a la enseñanza primaria española, el español puede ofrecerse a partir del 5º curso. En diferentes estados, una vez que se alcanzan niveles aceptables de implantación en la enseñanza media, se está incorporando el español en esta etapa educativa, aunque en la actualidad su desarrollo es **precario**.

Según datos del INEP, en 2011 ofrecían español 11.376 escuelas de Enseñanza Fundamental y el número total de alumnos que lo estudiaban en esta etapa era de 1.746.515, es decir, un 5,7% de los alumnos y solo un 9,1% de las escuelas.

En la **Enseñanza Media**, objeto fundamental de la Ley del español, el desarrollo de la misma es muy **desigual**, existiendo estados con una estructura desarrollada (Paraná, Río Grande do Sul, Piauí, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul), frente a otros con estructuras muy primarias o casi inexistentes (Bahía, Paraíba, Sergipe, Alagoas, Amapá).

Según el INEP, en 2011 ofrecían Español 13.557 escuelas de Enseñanza Media. El número total de alumnos que estudian español en esta etapa asciende a 2.721.183 (INEP-2011), lo que representa el 32,4% del total de alumnos y el 49% de las escuelas.

V.3.2 La enseñanza superior

El español ha estado presente en el sistema universitario brasileño desde la década de los 30 del siglo pasado, como consecuencia de la “Reforma Francisco Campos”. Posiblemente los primeros antecedentes los podemos encontrar en la Universidad de Sao Paulo (USP); en la Facultad Nacional de Filosofía de la Universidad de Brasil, que más tarde integraría la

Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ); y en la Universidad Federal Fluminense (UFF). No obstante, la enseñanza del español en el entorno universitario tenía un ámbito reducido, centrado principalmente en las dos grandes ciudades de Brasil (São Paulo y Rio de Janeiro), en los estados del Sur, y en algunos reductos como Minas Gerais, Espírito Santo, Alagoas, Bahía o Ceará.

Hasta 1970 el número de Universidades brasileñas donde podían cursarse estudios de español era muy reducido sin que se aprecie un incremento importante durante las dos décadas siguientes. En los noventa se produce un desarrollo de la presencia del español en la Universidad, principalmente en las regiones Sur y Sudeste.

Con la llegada del siglo XXI se origina la “explosión” del español a nivel universitario en todas las regiones administrativas de Brasil y especialmente en el Norte y Nordeste. Según Martínez-Cachero (2008), esta situación se ha intensificado tras la Ley del español puede que incluso por encima de la demanda del mercado y de las necesidades formativas de Brasil (al menos en algunos estados) lo que ha ocasionado la extinción de algunas de las carreras de español existentes.

V.3.3 Vestibular y ENEM

El ***Vestibular*** es un tradicional examen de ingreso realizado por las universidades brasileñas a fin de seleccionar candidatos para cubrir las vacantes disponibles. Se trata de una prueba que evalúa los conocimientos adquiridos tanto en la escuela primaria como en la secundaria, siendo el principal medio de acceso a la educación universitaria en Brasil.

Las pruebas varían de una universidad a otra y, a pesar de que continúa siendo muy utilizado en todo el país, el ***Vestibular*** es un modelo de selección constantemente criticado por los especialistas. En lo que respecta a lenguas extranjeras las pruebas pueden comprender lengua inglesa, española o incluso lengua francesa.

El Examen Nacional de Enseñanza Media (**ENEM**) es una prueba realizada por el Ministerio de Educación de Brasil creado en 1998 con el objetivo de evaluar el desempeño del estudiante al finalizar la educación básica

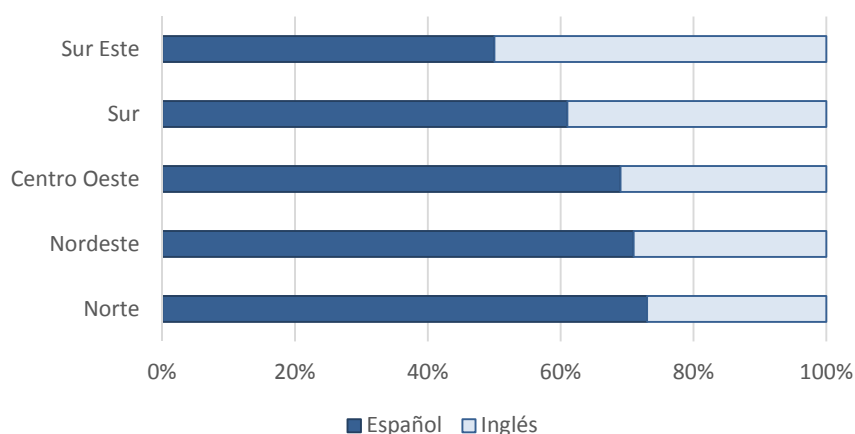
A partir de 2009 el test pasó a ser utilizado como mecanismo de selección e ingreso en la enseñanza superior en universidades públicas brasileñas y portuguesas.

Las universidades poseen autonomía y pueden optar entre las siguientes posibilidades de utilización del nuevo examen como proceso selectivo:

- Como fase única, con el sistema de selección unificada (SISU)
- Como primera fase del *Vestibular*
- Combinado con el *Vestibular* de la institución
- Como fase única para las plazas que no se cubran con el *Vestibular*
- También puede utilizar las notas del ENEM en proceso propio de selección sin utilizar el SISU

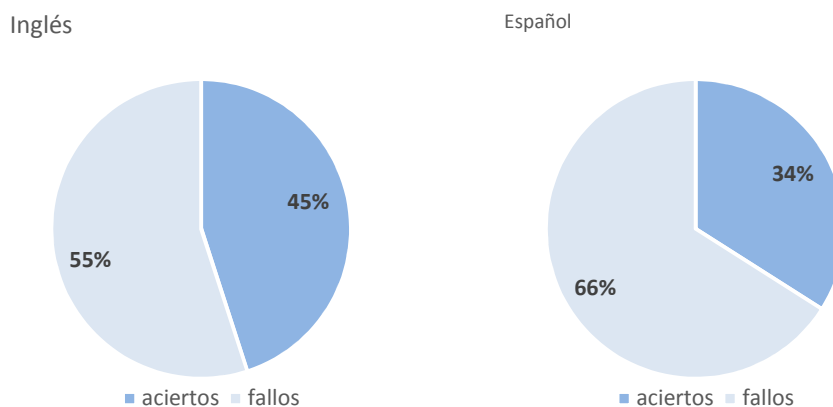
La presencia del español como lengua extranjera en estas pruebas es cada vez mayor. Aunque no disponemos de datos recientes sobre el *Vestibular*, Martínez-Cachero (2008) señala que el español se ha ido generalizando, especialmente en las universidades federales. El español es la lengua extranjera que más se elige en todas las regiones del país.

Gráfico 43 Elección de Lengua Extranjera ENEM por región



Fuente: Microdatos ENEM

Gráfico 44 Resultados pruebas lengua extranjera en ENEM



Fuente: Microdatos ENEM

La oferta del español en estas pruebas de acceso a la universidad retroalimenta la oferta de español en la enseñanza básica brasileña ya que produce una demanda de clases de español. Cuantos más estudiantes deseen examinarse de español más pedirán estar preparados para el examen.

Sin embargo, como advierte Martínez-Cachero, no podemos dejarnos llevar por estas cifras que pueden generar confusión. En su opinión el aumento de la opción del español como lengua extranjera en el *Vestibular* y ENEM no refleja un incremento significativo del español en la enseñanza media. Más bien es el reflejo de la precariedad de la enseñanza de idiomas en Brasil. La mayoría de los alumnos de inglés, especialmente los de la red pública, no alcanzan un nivel mínimo del mismo y, finalmente, realizan la prueba de español por ser una lengua más próxima al portugués.

En el gráfico anterior vemos como los resultados de las pruebas de inglés son mejores que los de las pruebas de español. Según Martínez-Cachero (2008), “debemos prestar atención a estos datos, porque pueden indicar una peligrosa tendencia a que la elección del español se dé entre los alumnos menos preparados, basándose en criterios de “facilidad” del idioma, y no en deseo de aprender esa lengua”.

V.3.4 El programa Ciencias Sin Fronteras

Ciencias Sin Fronteras (CSF) es un programa de movilidad académica internacional desarrollado por el Gobierno de Brasil. Está orientado a promover, expandir y consolidar la

ciencia y la tecnología, la innovación y la competitividad brasileñas por medio de un intercambio de movilidades internacionales.

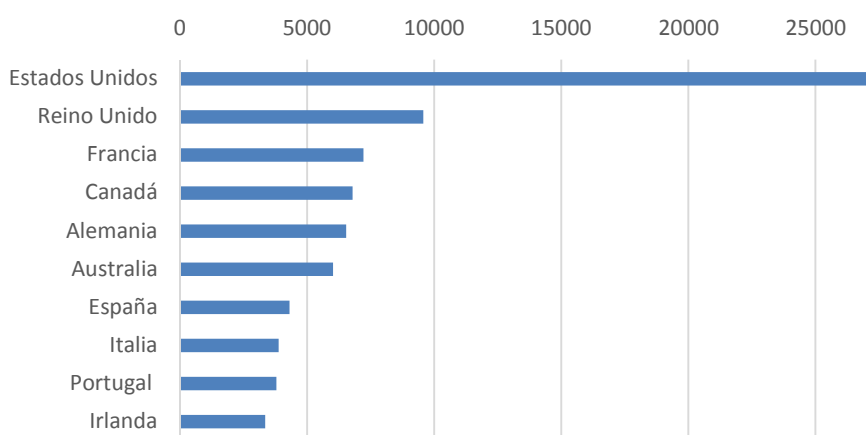
Se dirige a las áreas de ciencias, tecnología e innovación. Su objetivo es, por un lado, mejorar la presencia de estudiantes, profesores e investigadores brasileños en instituciones de excelencia fuera de Brasil y, por otro, incrementar el número de estudiantes y académicos extranjeros en instituciones brasileñas.

Fue creado en 2011 y su meta, hasta 2015, es conceder 101.000 becas de estudio. Según la información ofrecida por su página web¹⁶⁶, ya han sido otorgadas un total de 87.826 becas¹⁶⁷.

La región del Sudeste (Espírito Santo, Minas Gerais, Río de Janeiro y São Paulo) es la más dinámica en cuanto al volumen de becas disfrutadas por los estudiantes. Por estados, São Paulo y Minas Gerais son lo más destacados seguidos a una cierta distancia por Río de Janeiro. Entre los tres representan casi la mitad de las becas concedidas hasta ahora.

Por destinos destaca, en primer lugar, Estados Unidos con el 31%, seguido de Reino Unido con casi un 11% y en tercer lugar Francia con un 8,2%. Entre los tres suponen el 50% de todas las becas concedidas. España se encuentra en la séptima posición con 4.319 becas, detrás de Canadá, Alemania y Australia.

Gráfico 45 Principales destinos Ciencias Sin Fronteras



Fuente: <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br>. Consultado el 18/10/2015. Elaboración Propia

¹⁶⁶ <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br>

¹⁶⁷ Consultado el 18/10/2015.

Si tenemos en cuenta que uno de los requisitos del programa es el dominio del idioma del país de destino justificado mediante certificado, estos resultados contrastan con la estructura del sistema educativo y la elección de las pruebas de acceso a la universidad. Los dos primeros destinos son países anglófonos y el tercero Francia, cuyo idioma no se contempla en el sistema educativo básico.

Estas becas se conceden a estudiantes de disciplinas científicas con buenos resultados académicos para los cuales la elección se relaciona con la calidad del centro de destino. La posición de España en séptimo lugar puede deberse a que los estudiantes no asocian la oferta española con establecimientos universitarios destacados en comparación con destinos europeos como Alemania, Francia o Reino Unido. Otra causa podría ser el predominio del inglés como lengua internacional en el campo científico por lo que su dominio puede ser percibido por el estudiante como de mayor valor que cualquier otra lengua.

V.3.5 Los centros de lenguas

Estas figuras surgieron a mediados de la década de los ochenta como la forma de introducir otras lenguas extranjeras modernas, especialmente el español, en el currículo. Ya que toda la enseñanza oficial de idiomas se concentraba en el inglés, algunas Secretarías de Educación de los estados deciden crear los denominados Centros de Lenguas. Estos adoptan diversos nombres (Centros de Lenguas, Centros de Estudio de Lenguas, Clubes de Lenguas, etc.), pero tienen un objetivo común: el fomento del estudio de lenguas extranjeras mediante cursos oficiales, pero al margen de la enseñanza reglada.

Desde su inicio, el sistema tuvo buena acogida y ha servido para atender a la demanda, especialmente la existente hacia idiomas no incluidos en los planes de estudio. Estos centros existen en diversos estados (Rio Grande do Sul, Pernambuco, Distrito Federal, etc.) alcanzando su máximo desarrollo en los estados de Paraná y Sao Paulo. Analizar estos dos estados puede ofrecer una idea de la evolución seguida por la oferta y demanda del español en estas estructuras.

En Paraná los CELEM (Centros de Lenguas Modernas) fueron creados en 1986 para dar respuesta a la demanda existente por parte de la población que quería estudiar otras lenguas distintas a la obligatoria que era el inglés.

Según los datos disponibles ¹⁶⁸ en 1998 había 5.000 estudiantes y más de 150 grupos de español en los CELEM. En 2007 la cifra era de 14.393 según indica Martínez-Cachero (2008). En 2010 el propio CELEM de Paraná ¹⁶⁹ cifraba en 1.239 los cursos de los cuales 968 eran de español atribuyéndose el auge a la Ley Federal 11.161/2005.

Los CEL de Sao Paulo cuentan en el año 2015 con 62.259 alumnos matriculados en todos los cursos ofrecidos. La lengua española registra la primera posición en la preferencia de los que desean aprender otro idioma, con más de 44.000 alumnos inscritos. El inglés aparece en segundo lugar, con más de 13.000 estudiantes matriculados, seguido del francés que supera los 4.000 ¹⁷⁰.

Esta cifra muestra la evolución positiva que ha seguido la lengua española en estos centros. En 1998 había 9.000 ¹⁷¹ alumnos y diez años más tarde, en 2008, se alcanzaban los 25.000 ¹⁷² de un total de 30.000.

V.3.6 El sector privado

La evolución del segmento de las Academias o Escuelas de Idiomas también ha vivido el desarrollo del español en la última década. Tradicionalmente estas Escuelas se habían centrado en la enseñanza del inglés. De hecho, en Brasil, las principales franquicias del sector suelen haber sido fundadas por americanos y poseen nombres ingleses (Fisk, Wizard, etc.). Desde inicios de los años noventa estos centros empiezan a entrar poco a poco en el mercado de la enseñanza del español.

Según la web de las franquicias en Brasil ¹⁷³, las principales empresas que operan en el sector de la enseñanza de idiomas son CCAA, Fisk y Wizard. Entre las tres tienen cerca de tres mil academias de idiomas en todo el país. Casi todos los centros funcionan en régimen de franquicia y la inmensa mayoría han pasado a ofrecer cursos de inglés y de español.

¹⁶⁸ Datos y cifras - 98

¹⁶⁹ <http://www.lem.seed.pr.gov.br/>. Consultada el 19/10/2015.

¹⁷⁰ www.educacao.sp.gov.br. Consultada el 19/10/2015

¹⁷¹ Datos y cifras-98

¹⁷² <http://cenp.edunet.sp.gov.br/CEL/Default.asp>. Citado en Martínez-Cachero (2008)

¹⁷³ <http://www.portaldofranchising.com.br/>

Como suele ser habitual en las Academias de Idiomas se imparten, con carácter general, cursos de iniciación, de nivel medio y de perfeccionamiento para todas las edades. Además se ofrecen cursos especializados para empresas de sectores varios (turismo, comercio, etc.).

Según la información recogida por Martínez-Cachero (2008), las cifras del español en estos centros eran las siguientes:

CCAA

629 de Centros en Brasil que siguen Curso de Español

17.000 alumnos realizando Curso de Español.

Parece que se viene produciendo una ligera caída en la demanda de cursos de español en los últimos años.

FISK

Todas las escuelas que posee Fisk en Brasil ofrecen Curso de español. Son 861 escuelas, 31 de ellas propias y 830 en régimen de franquicia. En torno al 10% del total de los alumnos con los que cuenta Fisk cursan español. Son aproximadamente unos 45.000 alumnos. En los últimos 5 años el porcentaje de alumnos que cursan español se viene manteniendo estable.

Entre estos dos centros privados superarían los 60.000 estudiantes de español a los que habría que añadir al menos otros tantos que siguen enseñanzas de español en otras academias, como la red Wizard que posee más de 850 centros en Brasil.

No obstante, parece que, de acuerdo con la información remitida¹⁷⁴ tanto por CCAA como Fisk, se aprecia un estancamiento en el sector después del boom de los noventa, posiblemente debido al incremento en la oferta de español en otros ámbitos (Centros educativos, Centros de Lenguas, Centros de las Universidades,...) con la desventaja para las academias de que normalmente estos últimos cursos mencionados suelen ser gratuitos o muy económicos.

¹⁷⁴ Martínez-Cachero (2008)

V.4 ESTUDIO DEL CASO DE RIO DE JANEIRO

V.4.1 Mercado lingüístico en Río de Janeiro

Río de Janeiro es uno de los 26 estados que junto con el Distrito Federal forman la República Federativa del Brasil. Está localizado en la parte este de la región Sudeste. Su capital es la ciudad de Río de Janeiro. El estado está dividido en 92 municipios y tiene una superficie¹⁷⁵ de 43.777,9 km² que en términos de extensión es similar a la de Dinamarca. Con una población de 16.550.024 habitantes (8,38% del total del país) su densidad es de 365,23 hab/km².

El Estado do Río de Janeiro tiene la segunda mayor economía de todo el Brasil tras São Paulo, con una renta mensual per cápita de 1.193 reales. Cuenta con un antiguo pero importante parque industrial, concentrado en el Valle del Río Paraíba y en la región de la Bajada Fluminense. Una de las más conocidas industrias del estado es la Compañía Siderúrgica Nacional (CSN), productora de acero situada en Volta Redonda.

En Porto Real se sitúa una fábrica de Peugeot, y en Resende hay una fábrica de camiones de la Volkswagen. También es de importancia la industria naval en las ciudades de Río de Janeiro y Niteroi. En la Bajada Fluminense destaca la refinería de petróleo y la industria petroquímica en la ciudad de Duque de Caxias. En Belford Roxo está ubicada la compañía farmacéutica Bayer. Es el único estado de Brasil que cuenta con centrales termonucleares en su parque energético, Angra I y II, en el municipio de Angra dos Reis.

Es el mayor productor de petróleo y gas natural de todo el país gracias a la llamada Bacia de Campos, un yacimiento submarino situado en la costa próximo a la ciudad de Campos. En 2006, la producción de petróleo en Campos representó el 84% del total de Brasil y el 46% del gas producido en el país. Gracias a estas cifras, Brasil es casi autosuficiente en petróleo crudo. Otra gran producción en el estado es la de sal marina, en las ciudades de Cabo Frío y Araruama.

La presencia de empresas españolas en el estado de Río de Janeiro está relacionada con los sectores de energéticos y de infraestructuras. Las 33 empresas registradas por el ICEX representan en torno al 15% del total de empresas españolas presentes en Brasil.

¹⁷⁵ Superficie estimada para 2015, Fundación Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística - IBGE

Tabla 28 Empresas españolas establecidas en Río de Janeiro (2014)

DENOMINACIÓN	ACTIVIDAD	NOMBRE ESPAÑOL
ABENGOA CONSTRUÇÃO BRASIL LTD	INFRAESTRUCTURAS, CONSTRUCCIÓN CIVIL E INGENIERÍA	ABENGOA SA
ALBUFERA - PROJETOS E SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
AMPER DO BRASIL LTDA	SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	AMPER SA
ARAUCARIA - PROJETOS E SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
BANCO POPULAR REPRESENTACIÓN EN BRASIL	SERVICIOS FINANCIERO	GRUPO BANCO POPULAR SA
CEG RIO SA	SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PETRÓLEO Y GA	GAS NATURAL SDG SA
CEMUSA DO BRASIL LTDA	INFRAESTRUCTURAS, CONSTRUCCIÓN CIVIL E INGENIERÍA	CEMUSA CORPORACIÓN EUROPEA DE MOBILAIRIO URBANO SA
CESCE BRASIL	SEGUROS	GRUPO CESCE
CIA BRASILEIRA DE AMARRAS "BRASILMARRAS"	PRODUCTOS SIDERÚRGICOS	VICINAY CADENAS SA
CLARKE MODET PROPRIEDADE INTELECTUAL LTDA	SERVICIOS DE CONSULTORÍA Y ADMINISTRACIÓN DE GESTIÓ	CLARKE MODET Y CIA SL
COBRA BRASIL LTD	SERVICIOS A EMPRESAS	GRUPO COBRA SA
CYMI DO BRASIL - PROJETOS E SERVIÇOS LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
CYMI HOLDING SA	SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE ELECTRICIDAD	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
CYMIMASA	ENERGÍA	GRUPO ACS
CYMIMASA - CONSULTORÍA E PROJETOS DE CONSTRUÇÃO LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
DF DO BRASIL DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS LTDA	SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERÍA	DURO FELGUERA SA
EDIÇÕES DEL PRADO DO BRASIL LTD	PRODUCTOS EDITORIALES	EDICIONES DEL PRADO SA
ENERBRASIL ENERGIAS RENOVÁVEIS DO BRASIL SA	ENERGÍA	IBERDROLA RENOVABLES SA
GHENOVA BRASIL	SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERÍA ENERGÉTICA	GHENOVA
HISPASAT BRASIL LTDA	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	HISPASAT SA BRASIL LTDA
HISPASAT SA	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	HISPAMAR SATELITES SA
IBERDROLA CONSULTORIA E SERVIÇOS DO BRASIL LTDA	INFRAESTRUCTURAS, CONSTRUCCIÓN CIVIL E INGENIERÍA	IBERDROLA INGENIERIA Y CONSTRUCCIÓN SA
IBERDROLA ENERGIA DO BRASIL LTDA	ENERGÍA	IBERDROLA ENERGIA SA
IDP	SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERÍA	IDP INGENIERIA Y ARQUITECTURA IBERIA SL
LLORENTE & CUENCA DO BRASIL CONSULTORES DE COMUNICAÇÃO LTDA	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	LLORENTE & CUENCA AMERICA SL
LLORENTE & CUENCA DO BRASIL CONSULTORES DE COMUNICAÇÃO LTDA	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	LLORENTE & CUENCA SL
MEDIADATA INFORMÁTICA SA	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	AMPER SA
PESCANOVA BRASIL LTDA	PESCADOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS FRESCOS Y CONGELADOS	GRUPO PESCANOVA
REPSOL SINOPEC BRASIL	SERVICIOS DE INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PETRÓLEO Y GAS	REPSOL
SOLUÇÕES ENERGÉTICA DE TRANSMISSAO E CONTROLE LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
TECNOBIT	SERVICIOS INTEGRADOS DE INGENIERÍA	TECNOBIT
TRIANA DO BRASIL - PROJETOS E SERVIÇOS LTDA	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	CONTROL Y MONTAJES INDUSTRIALES (CYMI) SA
ZIGOR DO BRASIL SISTEMAS DE ENERGIA	ELECTRÓNICA INDUSTRIAL	ZIGOR CORPORACIÓN SA

Fuente: ICEX. Directorio de empresas 2014.

En cuanto a la educación, el estado de Río de Janeiro cuenta con una red de más de 11 mil escuelas, de las cuales más del 40% son de titularidad privada. La red municipal de Río de Janeiro cuenta con casi el 46% de los establecimientos siendo la mayor del estado

Tabla 29 Matrículas en Educación Básica 2014 (Estado de Río de Janeiro)

Dependencia Administrativa	Escuelas (%)	Matrículas		Modalidad de enseñanza						
		Total	%	Educación Infantil	Enseñanza Fundamental	Enseñanza Media	Educación Especial	EJA Presencial	EJA Semipresencial	Educación Profesional
Federal	0,48	38.140	1,03	725	10.150	16.991	712	1.317	24	8.221
Estadual	11,94	812.532	21,87	588	242.741	444.501	326	70.353	38.429	15.594
Municipal	45,93	1.705.893	45,91	330.557	1.259.992	5.768	8.575	97.288	2.464	1.249
Privada	41,65	1.158.837	31,19	249.769	635.957	132.092	3.174	22.254	1.898	113.693
Total General		3.715.402		581.639	2.148.840	599.352	12.787	191.212	42.815	138.757

Fuente: Censo Escolar 2014. Secretaría de educación del Estado de Río de Janeiro

Tabla 30 Establecimientos por Dependencia Administrativa 2014 (Estado Río de Janeiro)

Red Federal	Red Estadual	Red Municipal	Red Privada	Total de escuelas
54	1.338	5.149	4.669	11.210

Fuente: Censo Escolar 2014. Secretaría de educación del Estado de Río de Janeiro

De los 3.715.402 alumnos matriculados en el estado de Río de Janeiro, el 57% cursa educación fundamental y el 16,1% Enseñanza Media. Por tanto, si todos los colegios de secundaria ofrecen español como regula la ley, el universo de **potenciales estudiantes sería de casi 600.000.**

La capital, Río de Janeiro, es la mayor ciudad del estado. Con una superficie de 1.197.463 km² y una población estimada 6.476.631 habitantes, su densidad demográfica es 5.265 hab/km². Su población representa casi 40% de la población del estado.

Según los datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, el año 2012 había en la ciudad de 1.171.177 alumnos matriculados en Educación Básica. De ellos más del 14% en Enseñanza Media nivel donde la oferta de español es obligatoria. Esto representa **168.610 alumnos potenciales de español**, a los que habría que sumar los alumnos de enseñanza fundamental de los colegios que decidan ofrecer español como lengua extranjera. Casi un 40% de los alumnos de EM se encontraban inscritos en colegios privados.

Tabla 31 Matrículas de Educación Básica 2012 (Municipio de Río de Janeiro)

Dependencia Administrativa	Matrículas		Modalidad de enseñanza		
	Total	%	Educación Infantil	Enseñanza Fundamental	Enseñanza Media
Federal	18.254	1,6%	240	10.401	7.613
Estadual	183.044	15,6%	203	14.231	168.610
Municipal	599.244	51,2%	71.871	527.373	0
Privada	370.635	31,6%	55.840	251.310	63.485
Total General	1.171.177	100,0%	128.154	803.315	168.610

Fuente: IBGE. Elaboración propia

Tabla 32 Establecimientos por Dependencia Administrativa 2012 (Estado Rio de Janeiro)

Red Federal	Red Estadual	Red Municipal	Red Privada	Total de escuelas
32	327	1.711	3.059	5.129

Fuente: IBGE. Elaboración propia

El municipio de Río de Janeiro concentra casi el 45% de todas las escuelas de estado destacando la fuerte presencia de las escuelas privadas que representan casi el 60% del total. No tenemos datos sobre la situación del español en la enseñanza básica de la ciudad de Río de Janeiro pero según noticias aparecidas en prensa¹⁷⁶ y manifestaciones de los profesores de español del estado de Rio¹⁷⁷, está perdiendo espacio en las escuelas de la red municipal de enseñanza fundamental de las que va siendo progresivamente retirado.

Aunque tampoco disponemos de información sobre las causas, es fácil suponer que los costes de infraestructuras y profesores necesarios pueden tener un peso importante en la decisión de la Secretaria Municipal de Educación.

Sobre el **sistema universitario**, en la siguiente tabla se muestra un resumen los principales centros que ofrecen formación en español:

¹⁷⁶ <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/04/lingua-espanhola-perde-espaco-nas-escolas-do-rio-de-janeiro.html>

¹⁷⁷ <http://apeerj.blogspot.com.es/2013/03/manifesto-da-apeerj-sobre-situacao-do.html>

Tabla 33 Oferta de español en el sistema universitario (Estado Río de Janeiro)

UNIVERSIDAD	TIT	MUNICIPIO	AL	PROF	GRADUACIÓN	POSGRADO	DOCTORADO
UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro	PUB	RIO DE JANEIRO	-	-	X	X	X
UFF – Universidade Federal Fluminense	PUB	NITEROI		7	X	X	-
UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro	PUB	RIO DE JANEIRO	160	11	X	X	-
Universidade Estácio de Sá – Campus Rio de Janeiro	PRIV	RIO DE JANEIRO	-	-	X	-	-
Faculdade CCAA	PRIV	RIO DE JANEIRO	30	5	X	-	-
Ferlagos – Faculdade da Região dos Lagos	PRIV	CABO FRIO	96	4	X	-	-
FFSD – Faculdade de Filosofia Santa Dorotéia	PRIV	NOVA FRIBURGO	-	-	X	-	-
Unig - Universidade Iguazu	PRIV	ITAPERUNA	26	3	X	-	-
Isat – Instituto Superior de Ciências Humanas e Sociais Anísio Teixeira	PRIV	RIO DE JANEIRO	30	3	X	-	-
UGB – Centro Universitário Geraldo Di Biase	PRIV	VOLTA REDONDA	-	-	X	-	-
UniverCidade – Centro Universitário da Cidade do Rio de Janeiro	PRIV	RIO DE JANEIRO	-	-	X	-	-
UVA – Universidade Veiga de Almeida	PRIV	RIO DE JANEIRO	-	-	X	X	-
Feuc- RJ Faculdades Integradas Campo-Grandenses	PRIV	RIO DE JANEIRO	-	-	X	-	-
AEDB – Faculdades Dom Bosco	PRIV	RESENDE	-	-	X	-	-
UNIGRANRIO	PRIV	DUQUE DE CAXIAS	-	-	X	-	-
USS – Universidade Severino Sombra	PRIV	VASSOURAS	27	3	X	-	-
FAFIC – Faculdade de Filosofia de Campos - Campus II.	PRIV	CAMPOS DE GOYTACAZES	-	-	X	X	-
FAP – Faculdade Paraíso	PRIV	RIO DE JANEIRO	120	ND	X	-	-
UNIG – Universidade Iguazu	PRIV	NOVA IGUAÇU	50	4	X	-	-

Fuente: El Español en la Enseñanza Universitaria Brasileña. Elaboración propia¹⁷⁸

La oferta de facultades con licenciaturas de español es muy amplia en el estado de Río de Janeiro. Se puede estudiar español en 19 centros de enseñanza superior de los cuales 9 se encuentran en la ciudad de Río de Janeiro y el resto se distribuye en 10 municipios repartidos en todo el estado. Destaca la fuerte presencia del sector privado con casi el 85% del total y solo tres universidades públicas.

¹⁷⁸ Bruno Galván, C., González P. Alonso; M., Toffoli, T. “El Español en la Enseñanza Universitaria Brasileña”, 2009. Ministerio de Educación de España. Dirección General de Relaciones Internacionales. Subdirección General de Cooperación Internacional.

En cuanto a los cursos de español en academias privadas, la ciudad de Río de Janeiro cuenta con una oferta importante. Las más extendidas son franquicias con representación en las grandes ciudades del país. No existen datos ni estudios disponibles para estimar el número total de alumnos y centros de enseñanza en Rio de Janeiro.

El sector se caracteriza por una gran dispersión. Las principales franquicias cuentan con varias filiales en los principales barrios de la ciudad. Destaca el caso de Fisk con 36 unidades, CCAA con 33 y Wizard con 7. Esta distribución geográfica es lógica teniendo en cuenta la duración de los desplazamientos en una ciudad de las dimensiones de Río de Janeiro. El precio medio de la hora de clase en este sector es de 23,5 reales la hora¹⁷⁹.

En la ciudad de Río de Janeiro, además del Instituto Cervantes, también tienen presencia otras instituciones dedicadas a la enseñanza de lenguas extranjeras.

Tabla 34 Comparativa instituciones de lenguas extranjeras (municipio Río de Janeiro)

	Idioma	Nº filiales	Precio (BRL/h)	Seguidores Facebook
<i>Alianza Francesa</i>	Francés	10	67,98	24.903
<i>Instituto Goethe</i>	Alemán	1	47,63	11.154
<i>Instituto Italiano de Cultura</i>	Italiano	4	24,1	11.776
<i>Instituto Brasil-Estados Unidos</i>	Inglés	22	41,2	53.241
<i>Casa de España</i>	Español	1	25,16	6.500
<i>Instituto Cultural Brasil-Argentina</i>	Español	1	-	-
<i>Instituto Cervantes</i>	Español	1	38,5	12.320

Fuente: Consulta a las instituciones. Consulta webs (28/10/15). Elaboración propia.

Lo más destacado de este conjunto centros es la amplia gama de precios. Estos oscilan entre los 24,1 BRL/h del Instituto Italiano a los 67,98 de la Alianza Francesa. Esta horquilla da indicios de la valoración de cada lengua e institución otorgada por el mercado local, donde el instituto Cervantes se encuentra en un nivel intermedio.

¹⁷⁹ Estimación realizada mediante consulta realizada a las tres principales franquicias (Fisk, Wizard y CCAA) en octubre de 2015.

V.4.2 Descripción del cuestionario

Se analiza el caso del Instituto Cervantes de Río de Janeiro con el fin de explorar, describir, explicar y evaluar la relación del modelo de difusión de la lengua española con un caso real.

Los objetivos concretos que se pretenden alcanzar son los siguientes:

- Producir nuevos conocimientos sobre la difusión del español como lengua extranjera realizada por instituciones.
- Conocer el perfil de los estudiantes de español en el Instituto Cervantes de Río de Janeiro.
- Proporcionar ayuda y conocimiento al caso de estudio.
- Comprobar y contrastar el comportamiento de los estudiantes de español como consumidores de productos relacionados con la lengua española.
- Producción de nueva información que ayude a elaborar futuras hipótesis.

El análisis de este caso no pretende generalizar datos, sino conocer mejor la realidad de la enseñanza del español a través de la institución pública encargada de ello. Las conclusiones extraídas pueden servir de base para posteriores estudios y, aunque podamos encontrar muchas similitudes con otros centros de la red dentro y fuera del país, no podemos extrapolar los datos.

La elección del caso se ha realizado en base a las siguientes motivaciones:

En primer lugar, Brasil es considerado como uno de los grandes espacios para la difusión del español por su ubicación geográfica y sus relaciones comerciales con países hispanohablantes. Gracias a esas relaciones la enseñanza del español como lengua extranjera tiene un trato privilegiado que se manifiesta mediante la existencia de una legislación específica. Se elige la ciudad de Río de Janeiro por ser una de las de mayor tamaño del país, por su tradición en el estudio del español como lengua extranjera y por su peso económico en el contexto nacional brasileño.

El objetivo general del cuestionario es conocer el perfil de los alumnos de español del Instituto Cervantes y su comportamiento frente a los productos de la industria del español. También

podremos establecer el efecto económico del consumo de bienes procedentes de las denominadas industrias del español.

Esta información vamos a poder contrastarla con los argumentos de venta utilizados por las instituciones encargadas de la difusión del español y comprobar si existe una correlación con las razones que mueven a los alumnos a estudiar español en el Instituto Cervantes de Río de Janeiro.

El cuestionario se ha dividido en los siguientes bloques:

1. Perfil del encuestado
2. Conocimientos de idiomas, forma de adquisición y valoración del impacto de cada uno de ellos en el desarrollo profesional
3. Conocimientos específicos del español
4. Valoración de diversos aspectos del mundo hispánico relacionados con la imagen proyectada, la cultura y la economía
5. Turismo idiomático (si el encuestado viajó o tiene previsto viajar a algún país hispanohablante) y su perfil como turista (forma de viaje, gasto diario, etc.)
6. Consumo de actividades ligadas a la lengua y cultura hispánicas

Una vez diseñado el test se realizó un pre-test para comprobar su correcto funcionamiento, la comprensión de las preguntas y la coherencia de la información obtenida.

Para su difusión se ha utilizado la herramienta en línea de Google Drive enviando el enlace a la base de datos del Cervantes de Río de Janeiro.

Inicialmente se proyectó realizar el cuestionario entre los alumnos del resto de instituciones europeas dedicadas a la enseñanza de lenguas (Alianza Francesa, Goethe Institut, Instituto Dante, British Council, etc.) ubicadas en Río de Janeiro.

Debido a las dificultades para obtener los permisos esta opción fue finalmente descartada por lo que no ha sido posible realizar comparaciones entre los perfiles y motivaciones de los estudiantes de cada una de ellas.

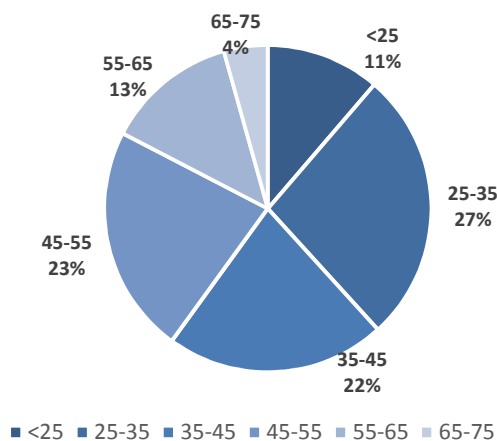
Las encuestas se realizaron durante los meses de mayo y junio de 2015 entre alumnos del Instituto Cervantes de Río de Janeiro y, en total, se han recogido 130 encuestas.

Para la selección de los encuestados se ha realizado una muestra aleatoria simple, enviando el cuestionario por correo electrónico a las bases de datos del Instituto Cervantes de Río de Janeiro.

V.4.3 Análisis de los resultados

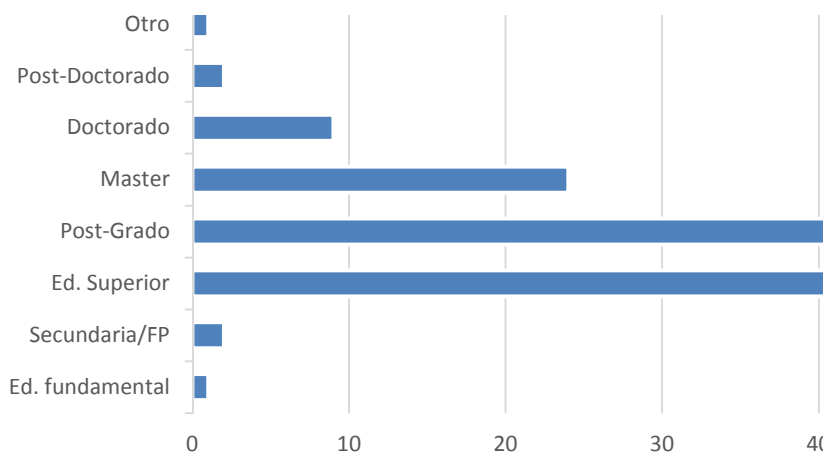
Más de un tercio de los encuestados tiene menos de 35 años y la mitad se encuentra en el tramo etario intermedio comprendido entre los 35 y los 55 años.

Gráfico 46 Franja de edad



Un 70% de los encuestados son mujeres, lo cual se corresponde con el perfil del centro frecuentado mayoritariamente por estudiantes de género femenino. El nivel de estudios de los encuestados es elevado. Un 96,8% posee licenciatura o nivel de estudios superior.

Gráfico 47 Nivel de estudios (%)



Este rasgo es significativo si lo comparamos con el bajo nivel de instrucción del país, especialmente en el tramo superior de edad.

En cuanto a la situación profesional, el 70% se encuentra activo y el resto son estudiantes (11,4%), desempleados y jubilados (7,3%). Entre los empleados, más de la mitad trabaja en la administración pública, la mayoría en el sector de la educación con niveles profesionales intermedios.

Sobre el número de idiomas hablado, el 51,5% domina tres o cuatro. De ellos además de español, el 85% declara hablar inglés, el 33% francés, el 13,6% italiano, el 12% alemán y el 10,4% habla otros idioma. Esto pone de manifiesto que el español no es la primera lengua extranjera que los alumnos aprenden, sino que acceden a ella tras el aprendizaje de otras, generalmente el inglés y el francés.

En cuanto a la valoración que hacen los estudiantes de las lenguas más estudiadas, el inglés se considera como la que más puede ayudar a mejorar sus perspectivas profesionales, seguida por el español.

Gráfico 48 Valoración profesional de los idiomas

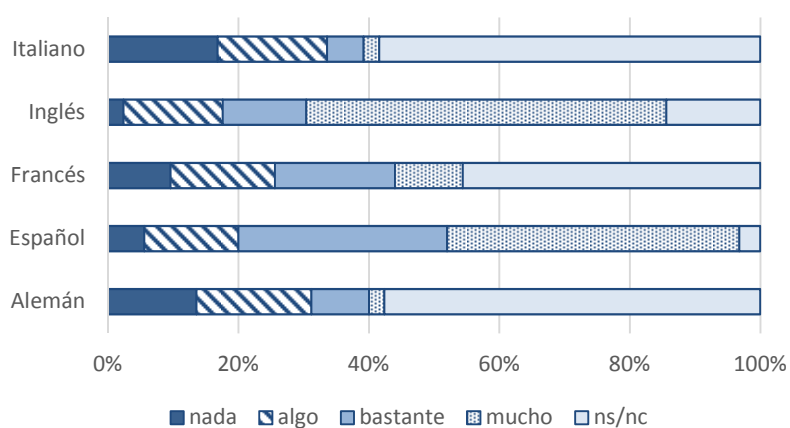
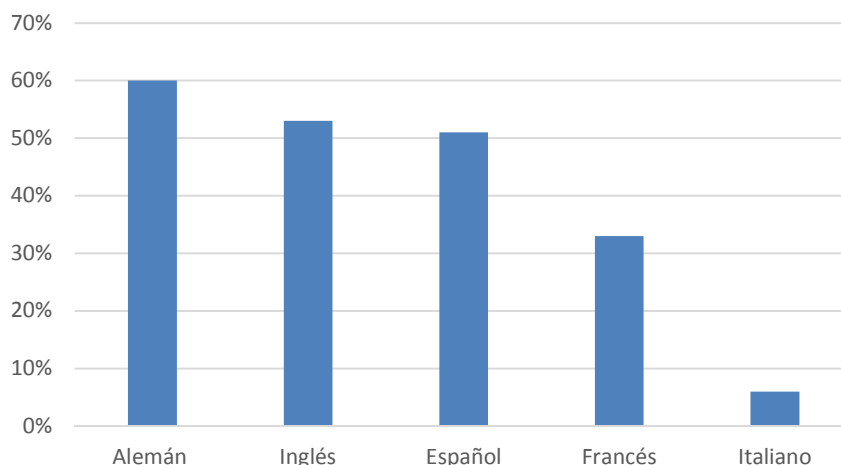


Gráfico 49 Certificado Idioma (%)



Poseer un certificado tiene cierta relación con el valor otorgado al idioma en la carrera profesional. Así, después del alemán, los dos idiomas con mayor número de estudiantes con certificados en lengua extranjera son el inglés y el español.

En la forma de aprendizaje de la lengua extranjera destacan los cursos, con más del 90%. La escuela queda en algo menos del 10% de los casos, incluso para el inglés tradicionalmente impartido en Enseñanza Básica.

MOTIVACIONES PARA ESTUDIAR ESPAÑOL

Al preguntar por la razón principal que motivó a estudiar español la primera opción elegida, en el 25,6% de los casos, es “porque me gusta la lengua española” seguido con un 16% por la necesidad profesional.

Tabla 35 Razones para estudiar español

<i>Motivación</i>	<i>% respuesta</i>
<i>Porque me gusta la lengua española</i>	25.6%
<i>Porque lo necesito con fines profesionales</i>	16%
<i>Porque para mí es interesante o aprender nuevas lenguas extranjeras</i>	12%
<i>Porque me ayuda a interaccionar con hablantes de español</i>	9.6%
<i>Porque me permite acceder a otras culturas</i>	8%
<i>Porque lo necesito para mis estudios</i>	4.8%
<i>Porque mi familia es originaria de un país hispanohablantes</i>	4%
<i>Porque me gustaría vivir en un país hispanohablante</i>	3.2%
<i>Porque me gusta aprender cosas nuevas</i>	3.2%
<i>Porque es útil en los viajes al extranjero</i>	3.2%
<i>Porque me permite ser una persona mejor educada y preparada</i>	1.6%
<i>Porque me permite disfrutar de literatura , cinema , música e arte hispánicos</i>	1.6%
<i>Porque, en general, es gratificante aprender</i>	1.6%
<i>Porque mi pareja es hispanohablante</i>	1.6%

En la tabla se observa que la elección de estudiar la lengua española se basa en la afinidad hacia el idioma, la cultura o las personas. Los motivos basados en la utilidad (profesional, estudios o viajes) se mencionan en el 24% de las respuestas.

No existen muchas investigaciones sobre el impacto salarial del dominio de la lengua española en Brasil. En el año 2006, la empresa Catho¹⁸⁰ realizó un estudio sobre las mejoras profesionales relacionadas con el dominio de lenguas extranjeras comparando español e inglés. En la investigación salarial trataban de identificar cuánto “vale” en el mercado laboral un profesional con dominio de idiomas extranjeros en Brasil.

Esta empresa realiza un Estudio Salarial desde enero de 2000. El año 2006 la recogida de datos fue realizada durante los meses de febrero, junio y octubre obteniendo datos de 120.000 profesionales de todo el país con diferentes categorías profesionales. Con la información recopilada se pudieron constatar diferencias salariales significativas entre los profesionales con dominio de inglés o español.

¹⁸⁰ Empresa especializada en la selección de personal. <http://www3.catho.com.br/>

En la alta dirección, la diferencia salarial entre los ejecutivos que hablan fluidamente inglés es un 52% superior de media. Esta investigación también puso de manifiesto diferencias salariales entre los niveles gerenciales (23%), de supervisión (44%) y profesionales especializados (47%). Para el idioma español las diferencias salariales, aunque menores, también resultaron significativas.

Tabla 36 Diferencia salarial entre profesionales con dominio de lengua extranjera

Nivel profesional	Diferencia español	Diferencia inglés
<i>Alta dirección</i>	34%	52%
<i>Gerencia</i>	12%	23%
<i>Supervisión</i>	26%	44%
<i>Especialistas</i>	31%	47%

Fuente: Investigación salarial Catho. 2006. Elaboración propia

El caso de los gerentes es significativo ya que, según la investigación, es el grupo profesional con mayor número de profesionales con gran dominio de alguno de los idiomas estudiados y son los que registran menor diferencia salarial en relación a los que no hablan. Estos resultados se mantienen de manera proporcional para el nivel intermedio de conocimiento de estas lenguas.

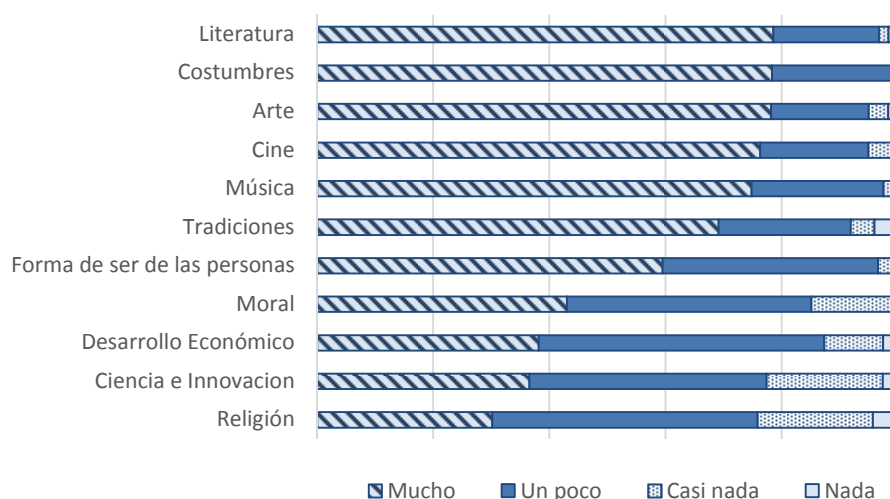
La investigación también identificó diferencias salariales positivas entre los que tienen un nivel elevado hablado y escrito de los dos idiomas. El resultado para los directores fue de un 68% superior frente a los que no tienen dominio de ninguna de ellas.

RELACION CON EL MUNDO HISPANOHABLANTE

En cuanto a la valoración general del mundo hispanohablante el 60% responde que *le gusta mucho* y el 10% *nada* o *casi nada*. Más del 40% de los encuestados manifiesta que tiene interacciones frecuentes o muy frecuentes con personas hispanohablantes de al menos una vez al mes.

Entre los aspectos concretos, destacan la literatura, las costumbres y el arte como lo más apreciado por encuestados.

Tabla 37 Valoración mundo hispanohablante



Vemos en el gráfico como los aspectos relacionados con la cultura y las tradiciones son más valorados que cuestiones económicas y científicas. Este resultado ofrece una visión de la imagen proyectada por el espacio hispanohablante. A pesar de la fuerte presencia en Brasil de grandes empresas españolas el aspecto económico no es destaca entre las motivaciones de los estudiantes.

TURISMO

En cuanto a los viajes a países del espacio hispanohablante, el 87% ya ha visitado algún país hispanohablante. Argentina y España son los destinos más frecuentes, con un 29,8% y un 29% respectivamente. Siguen, a gran distancia en el orden de elección, Chile con un 8,1% y, en cuarto lugar, México y Perú ambos con un 4,8%.

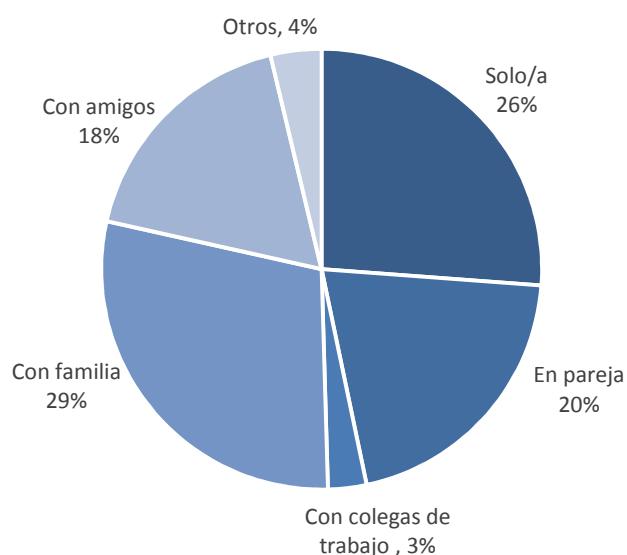
La duración media de los viajes a los países hispanohablantes se sitúa, para el 37,7% de los casos, entre una semana y 15 días. Los viajes cortos, de menos de una semana de duración, representan el 24,5% de los desplazamientos y los de una duración superior (entre 15 días y un mes) son realizados por el 23,6% de los encuestados.

Esta duración es coherente con el motivo del viaje que generalmente (63%) es de turismo en periodo de vacaciones. Los motivos profesionales son la segunda causa de los desplazamientos realizados a los países hispanohablantes en un 11% de los casos. La realización de estudios, con un 6,5% de las respuestas, ocupa el tercer lugar. El aprendizaje de la lengua aparece en quinta posición en el 5,6% de las respuestas entre las razones del viaje.

Tabla 38 Razón del último viaje a un país hispanohablante

Turismo/Vacaciones	63%
Trabajo	11%
Estudios	6%
Aprender Español	6%
Familia	4%
Cultural	4%
Social	1%
Evento	1%
Deportivo	0%
Otros	5%

Gráfico 50 ¿Con quién viajó?



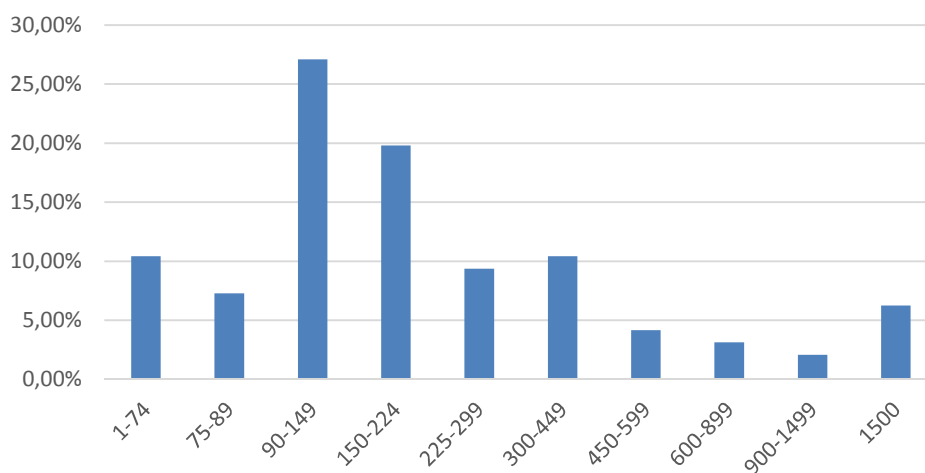
En la mayoría de ocasiones, el último viaje a un país hispanohablante se realizó acompañado, generalmente familia o pareja. Destaca el importante porcentaje de personas, la cuarta parte, que viajaron solas.

Sobre la intención de viajar a un país hispanohablante los próximos meses, el 65% responde que *probablemente sí* si lo haga. España aparece como el destino por el que se muestra un mayor interés, seleccionado por el 43% de los encuestados y seguido de Argentina con el 22%. A continuación aparecen Chile y Perú con un 10,5% y 9,3% de respuestas en cada caso.

La divergencia entre la intención y los viajes realizados efectivamente puede explicarse por la evolución de los intereses o también porque, aunque el destino preferido sea España, algunos

factores como la disponibilidad de tiempo o restricciones presupuestarias, inclinan finalmente la decisión hacia destinos más próximos y económicos.

Gráfico 51 Gasto diario



El gasto diario en los viajes a países hispanohablantes se sitúa mayoritariamente en torno a los valores intermedios. El 46,4% de los que viajaron, gastaron entre 90 y 224 reales diarios, es decir entre 20 y 52 euros¹⁸¹.

Según los datos aportados por el Plan de Estratégico de Turismo Idiomático en España, los brasileños constituyen la novena nacionalidad de procedencia de los turistas idiomáticos que llegan a España¹⁸². Sería el segundo mercado no europeo en importancia, tras los EEUU que ocupan el cuarto lugar.

Los centros de enseñanza de español mencionan a las agencias lingüísticas intermediarias y comercializadoras especializadas en el producto idiomático como el canal más idóneo para la promoción y venta del producto idiomático en el mercado brasileño.

En segundo lugar sitúan a las tecnologías de la información y la comunicación, en especial a Internet y, en tercer lugar, posicionan a la comercialización propia y directa de cada centro con el cliente final.

¹⁸¹ Tipo de cambio ofrecido por la página <http://www.oanda.com> a fecha 27 de octubre de 2015.

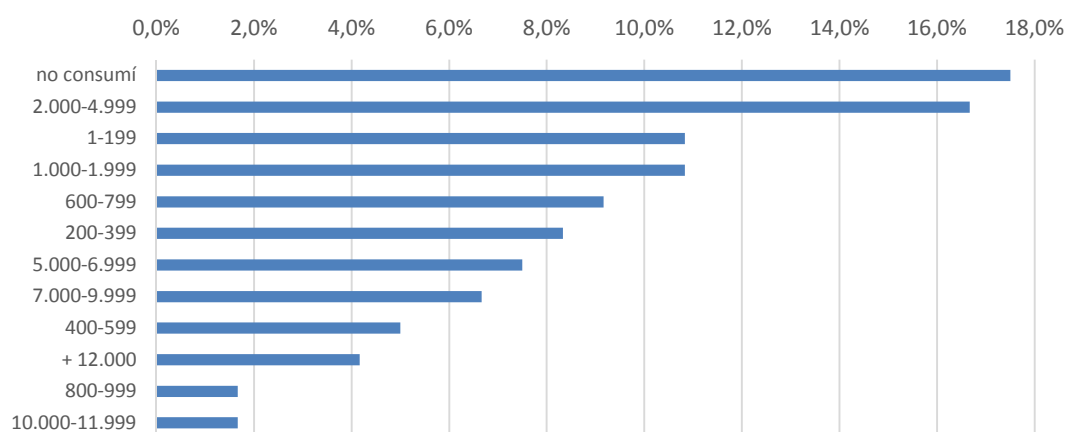
¹⁸² Plan Estratégico del Turismo Idiomático en España, página 100

La vía de comercialización menos idónea para el turismo idiomático procedente de Brasil, según los centros participantes en el estudio, son las universidades o los propios centros de idiomas localizados en el mercado de origen.

CONSUMO LIGADO A LAS INDUSTRIAS DEL ESPAÑOL

En cuanto al consumo vinculado con los productos de las industrias que usan la lengua española como input, el 82% de los encuestados declara haber consumido alguno de estos productos durante el último año.

Gráfico 52 Consumo productos vinculados con la lengua española (último año)

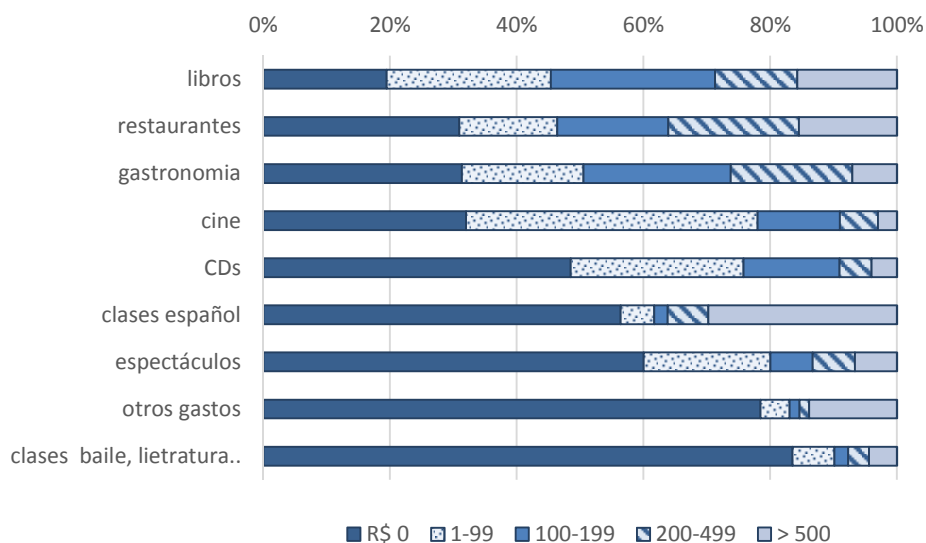


Los importes de gasto anual más frecuentes se sitúan en tramos presupuestarios diferentes. Tras el grupo de los que no realizaron ningún gasto está el de los que consumieron entre 2.000 y 5.000 reales (466 y 1.166 euros¹⁸³). Las franjas de gastos más elevadas se van alternando con las más bajas en la frecuencia de las respuestas. Así el 28,3% consumió menos de 199 reales (46 €) y el 27,5% declaró un consumo anual entre 1.000 y 5.000 reales (233€-1.166 €).

En cualquier caso, este dato pone de manifiesto que la mayoría de las personas que invierten en el aprendizaje de la lengua española también lo hacen en otros productos derivados de la industria lingüística del español.

¹⁸³ Tipo de cambio ofrecido por la página <http://www.oanda.com> a fecha 27 de octubre de 2015.

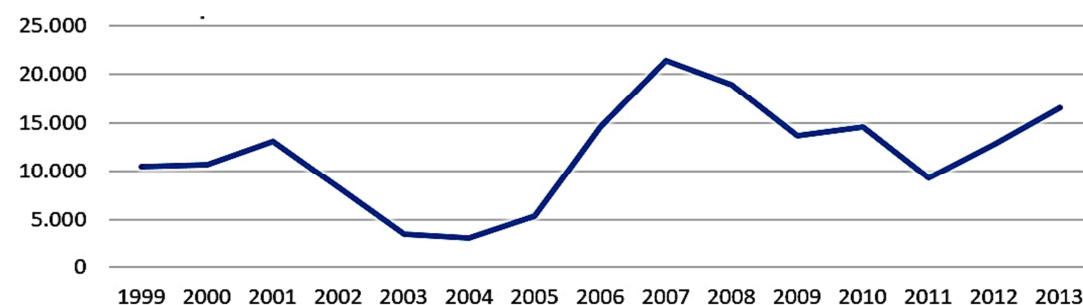
Gráfico 53 Gasto en actividades vinculadas al español (último año)



El gasto de los estudiantes de español está en línea con los centros de interés manifestados en la valoración del mundo hispanohablante. Los dos aspectos más apreciados, literatura y costumbres, se relacionan con las actividades en las que un mayor número de estudiantes de español realizó algún gasto.

Efectivamente, el auge del español ha favorecido, entre otras cosas, el aumento de la exportación de libros españoles hacia Brasil.

Gráfico 54 Exportación a Brasil del sector del libro 1999-2013 (miles de euros)



Fuente: Informe Comercio exterior del libro 2013. FECALI. Elaboración Propia

Las exportaciones de libros de España a Brasil registran un importante cambio de tendencia en 2005, probablemente relacionado con el auge de la enseñanza del español como lengua extranjera, que desciende en 2007 para remontar en 2011 favorecido por la inclusión del material didáctico de español en el Programa Nacional del Libro.

Efectivamente, el crecimiento de las exportaciones de libros no solo se debe al aumento del interés por el español. Las lenguas extranjeras modernas (español e inglés) fueron incluidas en el Programa Nacional del Libro¹⁸⁴ para Enseñanza Fundamental (2011 y 2014) y Enseñanza Media (2012) gracias al cual las escuelas públicas de todo el país (federales, de los estados o municipales) pueden recibir colecciones didácticas de las dos lenguas.

Se comprueba, por tanto, que el aumento del número de estudiantes de español y todas las medidas que lo impulsan en Brasil tiene efectos económicos positivos, directos e indirectos, sobre las actividades económicas del mundo hispanohablante.

¹⁸⁴ El programa nacional del libro suministra material didáctico a los estudiantes de la red pública de enseñanza en los niveles fundamental y medio.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VI.1 CONCLUSIONES

VI.1.1 Estudiar la interrelación economía-lengua española (Obj. intermedio).

- Cualquier comunidad lingüística tiene interés en maximizar el número de hablantes pues le permitirá aumentar el mercado potencial a un menor costo.
- La lengua posee atributos económicos. A nivel microeconómico la lengua puede ser analizada como un bien público o privado. Desde la perspectiva de macroeconómica la lengua tiene un valor que se manifiesta a través de las cifras de empleo generado y porcentaje que se aporta al PIB nacional.
- Podemos conceptualizar el campo de la Economía de la lengua como un conjunto de relaciones entre variables lingüísticas {{L}}, económicas {{E}} y otras {{X}} que interaccionan entre si generando efectos las unas entre las otras.
- La difusión de la lengua es un factor de desarrollo económico que debe ser tratado como tal.

VI.1.2 Analizar el estado de la investigación sobre el valor de la lengua española en el mundo y en particular en Brasil (Obj. intermedio).

- La lengua es un elemento indisoluble de las transacciones económicas. Sin intercambio lingüístico no hay negociación ni transacción económica. Sin embargo, el interés de la Economía por la lengua es relativamente reciente.
- Debido al escaso desarrollo de este campo de estudio, el acceso a series temporales homogéneas es difícil. Existen muy pocos datos socioeconómicos agregados por lenguas.
- A pesar del peso de la lengua española y del interés político por su difusión, la producción de investigaciones relacionadas con el tema es aún escasa si lo comparamos con otros idiomas de relevancia mundial.
- No existe consenso a nivel internacional sobre los conceptos esenciales que faciliten la realización de comparaciones entre lengua y espacios lingüísticos.

VI.1.3 Identificar el perfil, las motivaciones y el comportamiento de los estudiantes de español en Río de Janeiro (Obj. intermedio).

- La mayor parte de los estudiantes son mujeres en una franja de edad intermedia con elevado nivel de formación y poder adquisitivo. En su mayoría empleados públicos y cuadros intermedios con fuerte representación del sector de la educación.
- El español es la segunda o tercera lengua que aprenden, por lo que no podemos decir sea su prioridad lingüística inicial. Casi todos hablan inglés además de francés, alemán o italiano.
- La utilidad profesional otorgada al aprendizaje del español es elevada, similar al inglés. Ambas son las lenguas más valoradas.
- Entre las principales motivaciones de los estudiantes destacan las de afinidad con la lengua. Los argumentos basados en la utilidad (profesional, estudios o viajes) son referidos en menor medida por los encuestados. Destaca el hecho de que los estudiantes no mencionen la mejoría profesional entre las razones importantes a pesar de que creen que el idioma español puede ser positivo profesionalmente.
- Según las respuestas de los estudiantes, el hecho de estudiar español tiene reflejo en el consumo de bienes y servicios relacionados con las industrias del español. Entre estas destacan el consumo de gastronomía, literatura y viajes a países hispanohablantes.
- La mayoría de los encuestados ya visitó algún país hispanohablante. Los dos destinos turísticos más demandados son España y Argentina. La duración media del viaje es menor a 15 días con un gasto diario medio de entre 90 y 224 reales. El viaje suelen hacerlo en familia o en pareja.

VI.1.4 Determinar el posicionamiento socioeconómico de la lengua española en relación a las demás grandes lenguas del mundo (Obj. final).

- El auge de las tecnologías de la información y comunicación está intensificando los intercambios y las interacciones lingüísticas del mundo globalizado. Esto está generando una reducción de la diversidad *lingüística objetiva* que se manifiesta por la desaparición de las lenguas minoritarias a un ritmo cada vez mayor. Al mismo tiempo asistimos a un aumento de la *diversidad subjetiva* y cada vez es más frecuente encontrar personas que hablan más de una lengua. En este contexto se hace más

necesario que los estados el desarrollen estrategias y políticas para mejorar la posición de su lengua mayoritaria ante una *competencia* internacional cada vez más fuerte.

- El elevado número de hablantes nativos con los que cuenta la lengua española hacen que se considere entre las denominadas *grandes lenguas* del mundo. En concreto, según la mayoría de fuentes, es la segunda mayor lengua en número de hablantes nativos, por detrás del chino y por delante del inglés.
- El número de estudiantes de lengua española es relativamente reducido en comparación con otras grandes lenguas internacionales de menor peso demográfico tales como el inglés o el francés.
- Los países integrantes del espacio hispanohablante se encuentran situados en los niveles de ingresos medios o altos de la clasificación del Banco Mundial. No hay ningún país en el grupo de bajos ingresos, como ocurre con los demás grandes espacios lingüísticos.
- El peso relativo del comercio internacional del espacio hispanohablante es el tercero tras el anglófono y el francófono. El incremento del comercio bilateral entre países hispanohablantes por compartir una lengua se estima inferior al de países anglófonos o francófonos. Es decir, la lengua española favorece el comercio entre los países que la comparten, pero en menor medida que lo hace el francés o el inglés.

VI.1.5 Profundizar en las potencialidades de la enseñanza de español en Brasil (Obj. final)

- Brasil es el país que comparte frontera con el mayor número de países hispanohablantes.
- Cuenta con importantes relaciones comerciales en el espacio hispanohablante gracias a acuerdos como MERCOSUR y relaciones bilaterales como en el caso de España. Durante años España ha sido el primer país inversor en Brasil.
- El debate sobre la enseñanza del español es una constante en la historia reciente de Brasil que ha estado sujeta a importantes altos y bajos. Actualmente se encuentra en uno de los mejores momentos gracias a la “Ley del Español” que reconoce la oferta obligatoria de la lengua española en la enseñanza media. Desde su aprobación se generaron grandes expectativas en los países hispanohablantes sobre las oportunidades para profesores y la industria editorial. Sin embargo, el ritmo de implantación ha sido menor y los efectos no han sido los esperados. Alcanzar la

implantación completa es uno de los mayores retos y oportunidades para la expansión del español e Brasil.

- España se encuentra bien posicionada frente Brasil en las relaciones comerciales y como suministrador de inputs para el desarrollo de la lengua española.
- Debido a las grandes dimensiones del país, los esfuerzos institucionales para la difusión del español no tienen el alcance que se necesitaría en un proyecto de difusión del español a gran escala. Cabría explorar fórmulas institucionales de colaboración entre los países hispanohablantes o fórmulas mixtas público-privadas que generen de acciones de gran impacto para atraer estudiantes de español y afianzar la enseñanza de español en el sector educativo.

VI.1.6 Revisar el modelo y las políticas actuales de difusión de la lengua española (Obj.final)

- Hasta ahora, las políticas de difusión del español han estado lideradas por España, como país hispanohablante que ha desarrollado la mayor parte de infraestructuras dedicadas a esta esta tarea. Sin embargo, otros países hispanohablantes, como Argentina, han desarrollado instrumentos para la difusión de la lengua e incluso disponen de certificados de lengua propios.
- Dadas las características sociales y la distribución geográfica del mundo hispanohablante la colaboración entre países puede ser una buena medida para reforzar la difusión del español como lengua extranjera. Fórmulas como la Francofonía o la Lusofonía pueden servir de punto de partida para la creación de una *Hispanofonía* como instrumento para aunar esfuerzos en las políticas de difusión de la lengua.
- Estas políticas han estado muy centradas en el aspecto académico pero existen otras vías de difusión indirectas tales como reforzar la vinculación con la diplomacia de los países hispanohablantes o el desarrollo de la red exterior de apoyo a la impartición de español en los sistemas públicos de otros países.
- En los dos grandes *mercados potenciales* para el desarrollo del español como segunda lengua (Brasil y EEUU), la difusión se ha producido por mecanismos distintos a las políticas de difusión lingüística llevadas a cabo por los países hispanohablantes.
- En Estados Unidos el número de hispanohablantes ha crecido debido a la emigración llegada de países hispanoamericanos, sobre todo de México. En los últimos años se registra una desaceleración del ritmo migratorio y un aumento de los

hispanohablantes de segunda y sucesivas generaciones que puede frenar la progresión del español en el país.

- En Brasil, la denominada “Ley del Español”, aprobada en 2005, ha supuesto un gran impulso para el desarrollo de la enseñanza del español como lengua extranjera. Esta ley surge como consecuencia de la creación de MERCOSUR y fue reforzada por el fuerte aumento de IED y el establecimiento de empresas multinacionales en Brasil. Sin embargo, las expectativas generadas en torno a la difusión del español en el país no se han alcanzado por las dificultades para la implantación de la ley y la crisis de económica.
- En cuanto al gasto en políticas lingüísticas, la inversión de España y el resto de países hispanohablantes en la difusión de la lengua española es pequeña si la comparamos con la que se realiza en la enseñanza de lenguas extranjeras, especialmente el inglés, dentro de los sistemas educativos propios de cada país.
- Las acciones para la difusión lingüística van más allá de las medidas formativas propiamente dichas y pueden abarcar acciones diplomáticas, mejora de la imagen del país, acciones humanitarias, acuerdos bilaterales, etc.
- Así mismo, la difusión de la lengua no es tarea exclusiva de las instituciones públicas. Encontramos modelos muy diversos en los que se combinan acciones del sector público y el privado que van más allá que los simples patrocinios. Tal vez sea conveniente analizar la posibilidad de un modelo diferente basado en alianzas duraderas con otros países hispanohablantes más allá de la necesidad económica actual de España y la emergencia de estos países.

VI.1.7 Establecer posibles tendencias futuras del español como lengua extranjera (Obj. final).

- A pesar del crecimiento en valor absoluto de la población del espacio hispanohablante registrado en los últimos años y su persistencia en las proyecciones de futuro, el peso demográfico respecto a la población total se ha mantenido constante y debería continuar si se cumplen las estimaciones del Banco Mundial para 2029. Este estancamiento en la evolución del peso del espacio hispanohablante es debido a que su ritmo de crecimiento coincide con la media registrada en el resto del mundo. Las previsiones demográficas para otros espacios lingüísticos como el inglés o el francés de crecimiento de su población.

- El peso relativo de estudiantes de español como lengua extranjera puede representar un punto débil en relación a su expansión en el futuro. La geografía, la historia y la economía han asignado un papel sobresaliente a la lengua española. En la situación actual es difícil que se sea la *lingua franca*, ni la lengua imperial, ni la lengua de cultura, ni la lengua de los negocios del mundo posglobal. Para mantener su peso en el mundo *posglobal* es clave revisar su papel y reforzar su imagen a través del Instituto Cervantes en coordinación con los organismos de la diplomacia española y del resto de países hispanohablantes.

VI.2 RECOMENDACIONES

1. Ampliar el enfoque de la difusión de la lengua fuera del entorno exclusivamente lingüístico y docente dada su constante vinculación con la economía y las relaciones internacionales.
2. Elaborar un plan estratégico para la difusión del español de ámbito internacional en el que se diagnostique la situación, se planteen unos objetivos y unas líneas de acción que sirvan para encuadrar y coordinar las acciones para la difusión de la lengua realizadas por España y el resto de países hispanohablantes.
3. Estudiar y potenciar las oportunidades del turismo idiomático en España.
4. Internacionalización la difusión de la lengua española a través de la colaboración entre países hispanohablantes.
5. Fomentar la colaboración a través de EUNIC de las instituciones encargadas de la difusión de las lenguas europeas.
6. Estudiar la posibilidad de crear una Organización Internacional de la Hispanofonía similar la Francofonía o la Lusofonía integrada por países o entidades territoriales que compartan la lengua con el objetivo fomentar su difusión a través de acciones de diversa índole.
7. Analizar las posibilidades en áreas geográficas del planeta como la zona asiática donde hay una buena imagen del español.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Abascal Heredero, J., & Hernandez Garcia, A. (2005). El comercio exterior entre España y América Latina. Tendencias estructurales. *Boletín Económico de ICE*, núm. 2866, págs. 9-30.
- Accenture. (2006). *La difusión del español en Internet*. Burgos: Fundación Caja de Burgos.
- Alarcon Alarcon, A. (2004). *Economía, política e idiomas. Intercambio lingüístico y sus efectos sobre la eficiencia y la distribución de recursos*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Alianza Francesa. (2012). *Francia y la promoción del francés en el mundo*. Dirección General de Globalización, de Desarrollo y de Asociaciones/Dirección de Política Cultural y de la Lengua Francesa. Obtenido de www.diplomatie.gouv.fr
- Alianza Francesa. (2013). *Rapport 2013*. Paris: Fondation Alliance Française.
- Alonso Rodríguez, J. A. (2006). *Naturaleza económica de la lengua*. Documentos de trabajo Fundación Telefónica ICEI, DT 02/06.
- Alonso, J. A., & Rodriguez, R. (2010). *Emigración y lengua. El papel del español en la migraciones internacionales*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Alonso, J. A., Durand, J., & Gutierrez, R. (2014). *El futuro del español en Estados Unidos: La lengua en las comunidades de migrantes hispanos*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Ammon, U. (2015). *Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt*. Berlin/München/Boston: Gruyter.
- Ansorena, M. A. (2006). *Algunas estrategias para la difusión internacional de la cultura española*. Madrid: Real Instituto Elcano.
- Arcand, J. L. (1996). Development economics and language. The earnest search for a mirage? *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121, 119-157.
- Arcand, J.-L., & Grin, F. (2013). Language in Economic Development: Is English Special and is Linguistic Fragmentation Bad? En E. Erling, & P. Seargeant, *English and Development. Policy, Pedagogy and Globalization* (págs. 243-266). Bristol: Multilingual Matters.
- Argentina, S. d. (5 de mayo de 2014). Argentina es líder latinoamericano en turismo idomático. Buenos Aires, Argentina.
- Asociación de las cámaras del libro de España. (2013). *Comercio exterior del libro*. Madrid: Asociación de las cámaras del libro de España (FEDECALI).
- Attali, J. (2014). *La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*. <http://www.ladocumentationfrancaise.fr>: La Documentation française.
- Autores, V. (2008). *Caminos del español. Una introducción*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.

- Balmaseda del Campo, M., & Melguizo Estesos, A. (2006). *Las inversiones españolas en América Latina: ¿Encuentros en la tercera fase?* Madrid: ICEX e ICEI.
- Becker, G. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: Chicago University Press.
- Becker, G. S. (1957). *The Economics of discrimination*. Chicago: Chicago University Press.
- Becker, G. S. (1965). A theory of the allocation of time. *Economics Journal* vol 75, 493- 517.
- Beckerman, W. (1956). Distance and the pattern of intra-European trade. *The Review of Economics and Statistics*, 31-40.
- Bella, M. P. (20 de abril de 2013). Língua espanhola perde espaço nas escolas do Rio de Janeiro. *Globo G1*. Obtenido de <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/04/lingua-espanhola-perde-espaco-nas-escolas-do-rio-de-janeiro.html>
- Berdugo, O. (2000). Español Recurso Económico: anatomía de un nuevo sector. *Cuadernos Cervantes*, núm. 30, VI, 37-43.
- Berman, R. (2010). Foreign Language for Foreign Policy? *Inside Higher Ed*. Obtenido de <https://www.insidehighered.com/views/2010/11/23/berman>
- Bloom, D. E., & Gilles, G. (1996). Language, employment, and earnings in the United States: Spanish- English differentials from 1970 to 1990. *Journal of International Sociology of Language*, núm. 121, 45-68.
- Bonache, J. (1999). El estudio de casos como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 3, 123-140.
- Boucher, M. (1985). La Loi 101. Une approche économique. En F. Vaillancourt, *Économie et langue* (págs. 101-116). Quebec: Conseil Supérieur de la Langue Française.
- Breton, A. (Agosto de 1964). The economics of Nationalism. *Journal of Political Economy*(4), 376-386.
- Breton, A. (1978). *Le bilinguisme. Une approche économique*. Montreal: C. D. Howe Institute.
- Breton, A. (1998). *An economic analysis of language*. Ottawa: en A. Breton (ed.).
- Breton, A. (1998). *Economic approaches to language and bilingualism*. Ottawa: New Canadian Perspectives, Department of Economics, University of Toronto.
- Breton, A. (1999). *Exploring the Economics of language*. Ottawa: New Canadian perspectives, Department of Economics, University of Toronto.
- Breton, A., & Mieszkowski, P. (1977). The Economics of Bilingualism. En *The political economy of fiscal federalism* (págs. 261-273). Berlin: Lexington Books.
- British Council. (2013). *The English effect*. Londres: British Council.
- British Council. (2014). *Annual Report 2013-2014*. Londres: British Council.

- British Council. (2014). *Annual Report 2013-2014*.
- British Council; Instituto Cervantes. (2011). *Word for word*. Madrid: Santillana.
- Brown, R. (1977). *A poetic for Sociology. Toward a logic of discovery for human Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bruno Galván, C., Gonzales, P., Alonso, M., & T, T. (2009). *El español en la enseñanza universitaria brasileña*. Ministerio de Educación de España. Dirección General de Relaciones Interacionales. Subdirección General de Cooperación Internacional.
- Bruno, C., González, M. C., & Toffoli, T. C. (2009). *Español en el sistema universitario brasileño*. Brasilia: Secretaría General Técnica. Ministerio Español de Educación.
- Bryman, A. (1984). The debate about quantitative and qualitative research: a question of method or epistemology. *The British Journal of Sociology*, 35, 75-92.
- Caixa Cataluña. (2006). *Razones demográficas del crecimiento del PIB per cápita en España y la UE-15*. Informe semestral, I-2006, págs. 107-120 .
- Calvet, J. L. (1999). *Pour une écologie des langues du monde*. París: Plon.
- Calvet, J.-L. (2001). El porvenir de las lenguas. *Influence and attraction. Culture and the race for soft power in the 21st century*, 71-72. Obtenido de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/51/pr/pr34.pdf>
- Carr, J. (1985). Le bilinguisme au Canada: l'usage consacre-t-il l'anglais monopole naturel. En F. Vaillancourt, *Économie et langue* (págs. 27-37).
- Carrera, M., & Gómez, J. J. (2009). *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Carrère, C., & Masood, M. (2014). *Le poids économique des principaux espaces linguistiques dans le monde*. Clermont-Ferrand: Fondation pour les Études et Recherches sur le Développement International. Colección FERDI. Obtenido de www.ferdi.fr
- Castro Monge, E. (2010). "El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas". *Revista Nacional de administración*, 1(2), 31-54.
- CDE, Instituto de Pesquisas Plano. (2015). *O ensino de Inglês na Educação Pública Brasileira*. São Paulo: British Council.
- Celada, M. T., & Dos Santos, F. (2005). *El español en Brasil: actualidad y memoria*. Madrid: Análisis Real Instituto Elcano. ARI. nº. 31/2005.
- Centre International d'études pédagogiques. (2014). Les 30 ans du DELF-DALF. *La lettre du CIEP*, 1-8.

- Cepeda, C. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*.(29), 57-82.
- (2012). *Chiffres clés de l'enseignement des langues à l'école en Europe*. EUROSTAT.
- Chiswick, B. R. (2007). *The Economics of Language*:. Bonn: Institute for the Study of Labor DP No. 3568.
- Chiswick, B. R., & Miller, P. W. (1995). The endogeneity between language and earnings: international analysis. *Journal of Labour Economics*, vol. 13, núm. 2, 31-57.
- Chiswick, B. R., Harry A. Patrinos, H. A., & Hurst, M. E. (2000). Indigenous Language Skills and the Labor Market in a Developing Economy: Bolivia. *Economic Development and Cultural Change*, vol. 48, 349-367.
- Chizzoti, A. (2011). *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Church, J., & King, I. (1993). Bilingualism and Network Externalities. *The Canadian Journal of Economics Vol. 26*, núm. 2, 337-345.
- Cinnéide, M., & Keane, M. (1988). *Local Socioeconomic Impacts Associated with Galway Gaeltacht*. Galway: Social Sciences Research Centre, University College Galway.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Teory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Coleman, J., & Fararo, T. (1992). *Rational Choice Theory. Advocacy and Critique*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- Colomer, J. M. (1991). The utility of bilingualism: a contribution to a rational choice model of language. *Rationality and Society*, núm. 2, 310-334.
- Colomer, J. M. (1996). *La utilitat del bilingüisme. Una proposta de pluralisme lingüístic a Catalunya, Espanya y Europa*. Barcelona: Edicions 62, Llibres a l'Abast.
- Colomer, J. M. (1996). To translate or to learn languages? An evaluation of social efficiency. *International Journal of the Sociology of Language núm. 121*, 181-197.
- Comisión Europea. (2012). *Los europeos y sus lenguas. Eurobarómetro especial*. Recuperado el 15 de octubre de 2005, de http://ec.europa.eu/public_opinion/index_fr.htm
- Coser, L., & Hunt, C. (1994). *Sociological Theory*. New York: Waveland Press.
- Crystal, D. (1987). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cueto, J. (2003). Las máquinas de la lengua. En I. Cervantes, *El español en el mundo. Anuario 2003*. Madrid: Instituto Cervantes.
- Cueto, J. (2003). Las máquinas de la lengua. En *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2003* (págs. 12-20). Madrid: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.

- Dalmazzone, S. (1999). Economics of language: a network externalities approach. En A. Breton (Ed.), *Exploring the economics of language* (págs. 63-87). Toronto: Department of Economics. University of Toronto.
- Dascal, M. (5 de noviembre de 2015). *Adam Smith's Theory of Language*. Obtenido de <http://www.tau.ac.il/humanities/philos/dascal/papers/smithw.htm>
- de Barros, M. (2010). El papel de las universidades brasileñas en la formación de profesores de español como lengua extranjera. Barcelona, España: Tesis doctoral. Universidad de Barcelona.
- de Mora-Figueroa, S. (1995). *El peso de la lengua española en el mundo*. Valladolid: Fundación Duques de Soria – INCIPE – Universidad de Valladolid.
- de Swaan, A. (1998). A political sociology of the world language system: the dynamics of language spread. *Language problems and language planning*, vol. 22, núm. 1, 63-75.
- de Swaan, A. (2001). *Words of the World. The Global Language System*. Cambridge: Polity Press.
- del Valle, L., & Villa, J. (2005). Lenguas, naciones y multinacionales: las políticas de promoción del español en Brasil. *Revista da ABRALIN*, 4(1; 2), 197-230.
- Department for Business, Innovation and Skills. (2013). *International Education-Global Growth and Prosperity. An Accompanying Analytical Narrative*. Londres.
- Dhir, K. S. (enero de 2005). The value of language: concepts, perspectives, and policies. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 358-382.
- Dhir, K. S., & Savage, T. (2002). The value of a working language. *International Journal of the Sociology of Languages*(158), 1-35.
- Duchêne, A. &. (2011). *Language in Late Capitalism. Pride and Profit*. New York/London: Routledge.
- Editora Moderna. (2012). *Anuario Brasileiro da Educação Básica*. São Paulo: Editora Moderna Ltda. Obtenido de <http://www.francophonie.org/274-millions-de-francophones-dans.html>
- Elcano, Real Instituto. (2015). *Índice Elcano de Presencia Global*. Recuperado el 30 de septiembre de 2015, de <http://www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es/inicio>
- Elster, J. (1990). *Psychologie Politique*. París: Les Éditions de Minuit.
- Ennis, S. R., Ríos-Vargas, M., & Albert, N. G. (2011). *The Hispanic Population*. Oficina del censo de los Estados Unidos.
- Federación española de asociaciones de escuelas de español para extranjeros. (2008). *Plan Estratégico del Turismo Idiomatico en España*.
- Fernández, D. (abril de 2013). Las fronteras difusas del mercado hispanohablante. *Tribuna Norteamericana*(12), 2-12.

- Fernández-Otheo Ruiz, C. M. (2003). *Inversión directa extranjera de España en la década final del siglo XX: nuevas perspectivas*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, Fundación José Ortega y Gasset.
- Fishman, J. (1979). *Sociología del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Fishman, J. A. (1989). *Language and ethnicity in minority sociolinguistic perspective*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Fixman, C. S. (1989). *The Foreign Language Needs of U.S.-based Corporations*. National Foreign Language Center at the Johns Hopkins University.
- Fixman, C. S. (septiembre de 2003). The foreign language needs of U.S.-based corporations. *The Annals of the American Academy*(511), 25-46.
- Foundation Alianza Francesa. (2013). *Rapport d'activités*. Paris.
- Francophonie, O. I. (2014). *La langue française dans le monde*. París: Nathan.
- Frankel, J., Stein, E., & Wei, S.-j. (1995). Trading Blocs and the Americas. *Journal of Development Economics*, 47.
- Fry, R., & Lowell, B. L. (2003). The value of bilingualism in the U.S. labor market. *Industrial and Labor Relations Review*, 57(1), 128-140.
- García de la Concha, V. (2013). El español en la escena lingüística internacional. *Estudios de Política Exterior*(155).
- García Delgado, J. L., & Alonso, J. A. (2001). La potencia económica del idioma: una mirada desde España. *Revista de Occidente*(215), 37-51.
- García Gracia, M. I., Fernández, Y., & Zofío, J. L. (junio-julio de 2001). La dimensión económica de la industria del ocio y de la cultura en España: un análisis nacional, regional y sectorial. *Información Comercial Española*(992), 42-60.
- García, J. L., Alonso, J. A., & Jiménez, J. C. (2008). *Economía de español. Una introducción*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- García, J. L., Alonso, J. A., & Jiménez, J. C. (2012). *Valor económico del español*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- García, J. L., Alonso, J. A., & Jiménez, J. C. (2013). *El español, lengua de comunicación científica*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- García, M., Ibáñez, J., & Alvira, F. (2007). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza.
- Garin, V. (2014). Discours, normes et pouvoirs en hispanophonie. L'exemple de la promotion de l'espagnol au Brésil. *Mots. Les langages du politique*, 3/2014(106), 43-58. Obtenido de www.cairn.info/revue-mots-2014-3-page-43.htm

- Gazzola, M. (s.f.). *Language Policy and Linguistic Justice in the European Union: The Socio-Economic Effects of Multilingualism*. Ginebra: Observatoire Economie, Langue, Formationn. Universidad de Ginebra. Obtenido de www.elf.unige.ch
- Gellner, E. (1988). *Naciones y nacionalismo*. Madrid: Alianza Universidad.
- Ghuri, P. G. (1995). *Research methods in business studies: a practical guide*. Nueva York: Prentice Hall.
- Ginsburgh, V., & Weber, S. (2005). Language disenfranchisement in the European Union. *Journal of Common Market Studies*(43), 273-286.
- Ginsburgh, V., Weber, S., & Weyers, S. (2011). The economics of literary translation: Some theory and evidence. *Poetics*, 228-246.
- Girón, F. J., & Canadá, A. (2009). *La cuentas del español*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- González Cueto, F., & Santamaría, A. M. (2001). La lengua española y la cultura en español en Internet. Aproximación a su estudio. *Economía Industrial*(338).
- Graddol, D. (2006). *English Next*. British Council.
- Grin, F. (1990). The economic approach to Minority Languages. *Journal of Multilingual and Multicultural Development* , 153-174.
- Grin, F. (1992). Towards a threshold theory of minority language survival. *Lyklos*, 45, 69-97.
- Grin, F. (1996). Economic approaches to language and language planning: an introductory. *International Journal of the Sociology of Language*(121).
- Grin, F. (1999). *Compétences and récompenses. La valeur des langues en Suisse*. Friburgo: Éditions Universitaires de Fribourg.
- Grin, F. (1999). Supply and demand as analytical tools in language. En A. Breton (Ed.), *Exploring the economics of language*. Toronto: Department of Economics. University of Toronto.
- Grin, F. (2001). English as economic value: facts and fallacies. *World Englishes*(20).
- Grin, F. (2002). *L'economie de la langue et de l'éducation dans la politique d'enseignement des langues*. Estrasburgo: Consejo de Europa. Division de políticas lingüísticas.
- Grin, F. (2003). Language planning and Economics. *Current Issues in Language Planning*, 4(1), 1-66.
- Grin, F. (2003). Language Planning and Economics. *Current issues in language planning*, 4(1), 1-66.
- Grin, F. (2004). On the costs of cultural diversity. En P. Van Parijs, *Cultural diversity versus economic solidarity* (págs. 189-202). Bruselas: Boeck-Université.
- Grin, F. (2005). *L'enseignement de langues étrangères comme politique publique*. París: Haut Conseil de l'Évaluation de l'École.

- Grin, F. (2008). Multilinguisme et valeur ajoutée. *Taller "Mercat local I mercat global"*. Barcelona.
- Grin, F. (2015). *50 years of economics in language policy*. Ginebra: Observatorio Economía, Lengua, Formación. Universidad de Ginebra.
- Grin, F., & Sfreddo, C. (1998). Language-based earnings differentials on the Swiss labour market: is Italian a liability? *International Journal of Manpower*, 520-532.
- Grin, F., & Sfreddo, C. (2010). Besoins linguistiques et stratégie de recrutement des entreprises de recrutement des entreprises. En I. Behr, & C. Lang, *Langues, Économie, Gestion*. París: Éditions Sorbonne Nouvelle.
- Grin, F., & Vaillancourt, F. (noviembre de 1999). *The cost-effectiveness evaluation of minority language policies: case studies on Wales, Ireland and the Basque Country*. Flensburg: European Centre for Minority Issues.
- Grin, F., Rossiaud, J., & Kaya, B. (2002). Langues de l'immigration et intégration professionnelle en Suisse. En H. R. Wicker, R. Fibbi, & W. Haug, *Les migrations et la Suisse* (págs. 404-433). Zurich: Seismo Verlag.
- Grin, F., Sfreddo, C., & Vaillancourt, F. (2010). *The Economics of the Multilingual Workplace*. London/New York: Routledge.
- Guillén, M. F. (2006). *El auge de la empresa multinacional española*. Madrid: Marcial Pons.
- Guimaraes, A. (2011). História do ensino de espanhol no Brasil. *Scientia Plena*, 7(11). Obtenido de <http://www.scientiaplena.org.br>
- Hamers, J. F., & Blanc, M. H. (1989). *Bilinguality and bilingualism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hamers, J., & Blanc, M. (2000). *Bilinguality and Bilingualism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Harris, R. (1998). The Economics of Language in a Virtually Integrated Economy. En *New Canadian Perspectives. Changing the Language Landscape. Official Languages in Canada*. (págs. 35-88). Québec: Departament of Public Works and Government Services Canada.
- Harris, R. G. (1998). The Economics of language in a virtually integrated global economy. En A. Breton (Ed.).
- Hartley, J. (1994). Case studies in organizational research. En C. Casell, & G. Symon, *Qualitative methods in organizational research* (págs. 208-229). Londres: Sage Publications.
- Heckathorn, D. (1997). The Paradoxical Relation between Sociology and Rational Choice. *American Sociologist*, 28(2), 1-9.

- Helliwell, J. F. (1999). Language and trade. En A. Breton (Ed.), *Exploring the economics of language* (págs. 5-30). Toronto: Department of Economics. University of Toronto.
- Henderson, W., Dudley-Evans, T., & Backhouse, R. (1993). *Economics and language* (Economics as social theory). Routledge, Londres y Nueva York. .
- Henley, A., & Jones, R. E. (junio de 2005). Earnings and linguistic proficiency in a bilingual economy. *The Manchester School*, 73(3), 300-320.
- HispanTelligence. (s.f.). U.S. hispanic purchasing power, 2003-2010. *Hispanic Business Magazine*. Obtenido de <http://www.hispanicbusiness.com>
- Hočevár, T. (1975). Equilibria in linguistic minority markets. *Kyklos*(28), 337-357.
- Instituto Cervantes. (2013). *Instituto Cervantes en cifras*. Madrid.
- Instituto Cervantes. (2014). *Español Lengua Viva*. Madrid: Instituto Cervantes. Obtenido de <http://eldiae.es/wp-content/uploads/2014/07/El-espa%C3%B1ol-lengua-viva-2014.pdf>
- Instituto Cervantes. (2014). *Instituto Cervantes en cifras 2013-2014*. Obtenido de www.cervantes.es
- Instituto Cervantes. (2015). *Español Lengua Viva*. Madrid: Instituto Cervantes. Obtenido de http://eldiae.es/wp-content/uploads/2015/06/espanol_lengua-viva_20151.pdf
- Instituto Goethe. (2015). *Memoria 2014/2015*. Munich.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. (2012). *Censo da educação básica: 2011*. Brasilia: Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. (2014). *Censo Escolar da Educação Básica 2013: resumo técnico*. Brasilia: Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
- Jiménez, J. C. (2006). ¿Cuánto vale el español? En I. Cervantes, *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto* (págs. 459-462). Barcelona: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.
- Jiménez, J. C. (2006). *La Economía de la lengua: una visión de conjunto*. Madrid: Instituto Complutense de Estudios Sociales.
- Jiménez, J. C., & Narbona, A. (2012). *El español en los flujos económicos internacionales*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Johanson, J., & Vahlne, I. (1990). The Mechanism of Internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), 11-14.
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition and compatibility. *American Economic Review*, 424-440.

- Kourliandsky Jean-Jacques. (2015). L'érosion d'une influence : le cas des relations entre l'Espagne et l'Amérique latine. *Revue internationale et stratégique*, 2/2015(98), 26-36. Obtenido de www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2015-2-page-26.htm
- Krugman, P. (1991). *Geography and trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Laitin, D. (1988). Languages Games. *Comparative Politics*, 9, 228-302.
- Lamberton, D. M. (2002). *The Economics of language*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Lang, K. (1986). A language theory of discrimination. *Quarterly Journal of Economics*(101), 363-382.
- Larsson, R. (1993). Case Survey Methodology: Qualitative Analysis of Patterns across Case Studies. *Academy of Management Journal*(36), 1515-1546.
- Lazear, E. P. (1999). Culture and language. *Journal of Political Economy*, 107(6 (supl)), S95-S126.
- Leclerc, J. (2013). *L'aménagement linguistique dans le monde*. Recuperado el 15 de septiembre de 2015, de Universidad de Laval. Chaire pour le développement de la recherche sur la culture d'expression française en Amérique du Nord: http://www.axl.cefan.ulaval.ca/Langues/2vital_expansion.htm
- Lesmes, M. D. (2015). *La promoción internacional de la lengua española: comparación entre los casos de los idiomas alemán, chino y francés*. Real Instituto Elcano. Obtenido de www.realinstitutoelcano.org
- Linnemann, H. (1966). *An Econometric Study of International Trade Flows*. Amsterdam: North-Holland.
- Llisterri, J., & Garrido, J. M. (1998). La ingeniería lingüística en España. En *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 1998*. Barcelona: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.
- Lodares, J. R. (2005). *El porvenir del español*. Madrid: Taurus.
- Lohman, J. (febrero de 2011). Do language barriers affect trade? *Economics Letters*, 110.
- López Morales, H. (2000). El español en la Florida: los cubanos de Miami. En *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2000*. Barcelona: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.
- Malamud, C. (2014). *Relaciones España-Brasil*. Madrid: Real Instituto Elcano.
- Maneiro, J. M., & Sotelsek, D. (Septiembre-Diciembre de 2009). La caracterización económica de la lengua y su relación con el capital social. *Revista Internacional de Sociología*, 67(3), 589-607.
- Mansbridge, J. (1990). *Beyond self-interest*. Chicago: University of Chicago Press.
- Marschak, J. (1965). Economics of language. *Behavioral Science*, 10, 135-140.

- Marschan-Piekkari, R. D., & Welch, L. (1999). In the shadow: the impact of language on structure, power and communication in the multinational. *International Business Review*(8), 421-440.
- Martín Municio, A. (2003). *El valor económico de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe (con A. Espasa, J. Girón y D. Peña como coordinadores).
- Martínez Alés, R. (junio-julio de 2001). El sector editorial español. *Información Comercial Española*(792), 109-123.
- Martínez, J. (1 de julio de 2015). Espanhol terá seu Toelf, e o Brasil vai superar os EUA em locais de exame. *El País Brasil*. Obtenido de http://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/01/cultura/1435724745_571271.html
- Martínez-Cachero, A. (2008). *La enseñanza del español en el sistema educativo brasileño*. Brasilia: Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio Español de Educacion Política Social y Deportes.
- Mateu, J. (23 de octubre de 2014). Buenos Aires se posiciona como destino de turismo idiomático. *BAE Negocios*.
- McCallum, J. (1995). National borders matter: Canada-U.S. regional trade patterns. *The American Economic Review*, 85(3), 615-623.
- McCloskey, D. N. (1990). *La retórica de la economía*. Madrid: Alianza Editorial.
- Melitz, J. (2003). Language and foreign trade. *Institut National de la Statistique et des Études Économiques, Serie des documents de travail du Centre de Recherche en Économie et Statistique*(2003-26).
- Melitz, J., & Toubal, F. (2013). Native language, spoken language, translation and trade. *Journal of International Economics*.
- Meredith, J. (1998). Journal of Operations Management. *Building operations management theory through case and field research.*, 16, 441-454.
- Middlebury Interactive Languages. (12 de junio de 2013). *Second Language Acquisition by numbers*. Obtenido de http://www.huffingtonpost.com/2013/12/06/second-language-infographic_n_4136915.html
- Millán, J. A. (2001). *Internet y el español*. Madrid: Biblioteca Fundación Retevisión.
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (Enero de 2014). El español. Un idioma universal en expansión. *Marca España*. España: Oficina de Informaicón Diplomática.
- Ministerio de Asusuntos Exteriores de Francia. (2014). *Promover la lengua francesa en el mundo*. Dirección General de Mundialización, Desarrollo y Asociaciones. Obtenido de ww.diplomatie.gouv.fr/es

- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2012). *Datos y cifras del sistema universitario español*. Madrid: Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. Obtenido de mecd.gob.es
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2014). *El mundo estudia español*. Madrid: Secretaría General Técnica. Subdirección general de documentación y publicaciones. Obtenido de www.educacion.gob.es
- Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. (Varios años). Presupuestos Generales del Estado. España: Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos. Obtenido de <http://www.minhap.gob.es>
- Ministerio francés de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional. (2014). *Promover el francés en el mundo*. París: Dirección General de Mundialización, Desarrollo y Asociaciones. Obtenido de www.diplomatie.gouv.fr/es
- Mises, L. v. (1949). *Human Action: A Treatise on Economics*. New Haven: Yale University Press.
- Moré, I. (2005). *Las multinacionales españolas de la educación*. ARI, núm. 68. Obtenido de <http://www.realinstitutoelcano.org>
- Moreno, F. (2015). Fundamentos de demografía lingüística. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 24, 19-38.
- Moreno, F., & Otero, J. (2007). *Atlas de la lengua española en el mundo*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Moreno-Fernández, F. (2004). *La importancia internacional de las lenguas*. Cambridge: Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos. Instituto Cervantes de la Universidad de Harvard. Obtenido de <http://cervantesobservatorio.fas.harvard.edu/>
- Mufwene, S. (2002). Colonisation, Globalisation and. *Journal on Multicultural Societies*, 21-22.
- Novodvorsky, A. (2008). A representação de atores sociais nos discursos sobre o ensino de espanhol no Brasil em corpus jornalístico. *Disertación posgrado*. Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil: Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais.
- Nunberg, G. (2000). Will the Internet always speak English? Language in a wired world. *The American prospect*, 40-43.
- Observatorio de la lengua francesa de la Organización Internacional de la Francofonía. (2012). *L'impact économique de la langue française et de la Francophonie*. Quebec: Conseil supérieur de la langue française.
- OCDE. (2013). *Education at a Glance 2013: OECD Indicators*. París: OCDE Publishing.
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action, Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge: Harvard University Press.

- Olson, M. (2001). *Poder y prosperidad. La supresión de las dictaduras comunistas*. Madrid: Siglo XXI.
- Ordorica, D. (2010). Motivación de los alumnos universitarios para estudiar inglés como lengua extranjera. *Leaa Lenguas en Aprendizaje Autodirigido. Revista Electrónica de la Mediateca del CELE-UNAM*.(2). Obtenido de [http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/año03/num01/Nombre del archivo/0302a04.pdf](http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/año03/num01/Nombre%20del%20archivo/0302a04.pdf)
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2004). *The well-being of nations. The role of human and social capital*. París: Centre for Educational Research and Innovation, OECD.
- Organización Internacional de la Francofonía. (2014). *La langue française dans le monde*. París: Nathan.
- Pablo Martí, F. y. (junio-julio de 2001). Economía del cine y del sector audiovisual español. *Información Comercial Española*(792), 124-138.
- Pardo, Carlos. (2011). *Cuadernos de Turismo*(27), 701-723.
- Patrinos, H., & Velez, E. (1996). Costs and benefits of bilingual education in Guatemala. A partial analysis. *Human Capital Development Paper*.
- Patton, M. (1987). *How to use Qualitative methods en Evaluation*. Newbury Park: Sage.
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park: Sage.
- Peal, E., & Lambert, W. E. (1962). The relation of bilingualism to intelligence. *Psychological Monographs*, 76, 1-23.
- Peres, J. (2014). Contrastes e reflexões sobre o ensino de espanhol em escolas públicas do DF: Uma visão real acerca da implantação da Ley 11.161/2005. Brasilia DF, Brasil: Dissertação de mestrado. Universidade de Brasilia.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
- PNUD. (2014). *Informe sobre desarrollo humano*. New York: <http://bit.ly/1CQ4Y2p>.
- Polak, J. J. (septiembre de 1996). Is APEC a natural regional trading bloc? A critique of gravity model in international trade. *The World Economy*, 19, 533-543.
- Pool, J. (1996). Optimal languages regimes for the European Union. *International Journal of the Sociology of Language*(121), 159-179.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Quirós, C. (2010). *Lengua y tecnologías de la información*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.

- Reeves, N. B. (1990). The foreign language needs of U.K.-based corporations. *The Annals of the American Academy*(511), 60-73.
- Ribas, M. (noviembre de 2012). Hispanité, hispanophonie: étude de la rethorique des discours et de l'agir. Paris: Tesis doctoral. Universidad Sorbone Nouvelle - Paris 3.
- Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. Londres: John Murray, Albemarle-Street.
- Riege, A. (2003). Validity and reliability test in case study research: a literatura with hands on applications for each research phase. *Qualitative Research: An International Journal*, 6(2), 75-86.
- Rodríguez-Ponga, R. (1998). El español, lengua universal. *Nueva Revista*, 60.
- Rojo, G., & Sánchez, M. (2010). *El español en la red*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Romero Lesmes, M. (2014). Las lenguas y el poder blando: un análisis comparativo del español ante el alemán, el chino y el francés. En M. Alonso, & E. Furió, *Imágenes de empresa: país, empresas, cultura*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Romero, 1. (1999). Los nuevos institucionalismos: sus diferencias, sus cercanías. En W. Powell, & P. Dimaggio, *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México D.F. : Fondo de Cultura Económica.
- Romero, M. D. (2015). *La promoción internacional de la lengua española: comparación entre los casos de los idiomas alemán, chino y francés*. Madrid: Real Instituto Elcano.
- Rossi, M., & María, M. (13 de diciembre de 2013). O ensino do espanhol ainda é uma matéria pendente no Brasil. *El País*. Obtenido de http://brasil.elpais.com/brasil/2013/12/14/politica/1386980073_433747.html
- Rousseau, J. J. (1781). *Essai sur l'origine des langues*. Obtenido de http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/old2/file/rousseau_zernik.pdf.
- Rubinstein, A. (2000). *Economics and language. Five essays*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Rupérez, J., & Fernández, D. (2012). *El español en las relaciones internacionales*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.
- Sánchez, A. (1992). *Historia de la enseñanza del español como lengua extranjera*. Madrid: SGEL. Recuperado el 4 de noviembre de 2015, de <http://www.um.es/lacell/miembros/asp/masterELE/histoele.pdf>
- Santos, M. (2011). *Economía de las industrias culturales en español*. Barcelona: Ariel. Colección Fundación Telefónica.

- Saura, Antonio; de Mora, Raúl. (2010). *La presencia del cine español en el mercado internacional*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Selten, R., & Pool, J. (1997). Is it worth it to learn Esperanto? Introduction to game theory. En R. Selten, *The Costs of European Linguistic Non Integration*. (págs. 114-149). Roma: Esperanto Radikala Asocio.
- Semprun, J. (2005). *Défense et illustration de la novlangue française*. Paris: Éditions de l'encyclopédie des nuisances.
- Semprun, J. (2013). *Defensa e ilustración de la neolengua*. Alicante: Ediciones el salmón.
- Smith, A. &. (1999). The Intervening Hand: Con-temporary Intenational Expansion Process of the Re-gional Bell Operating Companies. *Journal of Management Inquiry*, 8, 34-64.
- Smith, A. (1794). *Investigación de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Valladolid: Viuda e hijos de Santander.
- Smith, A. (1958; 1776, 1.ª ed. en inglés). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Valladolid.
- Stake, R. (1995). *The art of case study research*. London: Sage Publications.
- Thorburn, T. (1971). Cost-benefit analysis in language planning. En B. H. Jernudd, & J. Rubin (Edits.), *Can language be planned?* (págs. 283-305). Honolulu: University Press of Hawaii.
- Toscano, M. (2005). La muerte de las lenguas. *Claves de razón práctica*(160), 32-39.
- UNESCO. (1 de octubre de 2015). *Index Translationum*. Obtenido de <http://bit.ly/1OswQBV>
- United States Census Bureau. (2 de octubre de 2012). *Who's Hispanic in America?* Obtenido de https://www.census.gov/newsroom/cspan/hispanic/2012.06.22_cspan_hispanics.pdf
- Vaillancourt, F. (1985). La choix de la langue de consommation. En F. Vaillancourt (Ed.), *Économie et langue* (págs. 209-220). Québec: Conseil de la Langue Française.
- Vaillancourt, F. (1996). Language and socioeconomic status in Québec: measurement, findings, determinants, and policy costs. *International Journal of the Sociology of Language*(121), 69-92.
- Vaillancourt, F., & Coche, O. (2009). *Les politiques fédérales en matière de langues officielles au Canada: coûts et avantages en 2006*. Vancouver: Simon Fraser Institute.
- Vaillancourt, F., & Grin, F. (2000). *The choice of a language of instruction: the economic aspects*. Washington: Report to the World Bank Institute.
- van Parijs, P. (2011). *Linguistic Justice for Europe and for the World*. Oxford: Oxford University Press.
- Varios. (2013). *Influence and attraction. Culture and the race for soft power in the 21st century*. Londres: British Council.

Viñal, J. V. (marzo de 2012). Possível processo de exclusão gerado pela não oferta ou oferta irregular da língua espanhola no Brasil. *Litteris*(9).

Yin, R. (2010). Estudio de caso: planeamiento e métodos. Porto Alegre: Bookman.

ANEXOS

Lei nº 11.161 de 5 de agosto de 2005 (Ley del español de Brasil)



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 11.161, DE 5 DE AGOSTO DE 2005.

Dispõe sobre o ensino da língua espanhola.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O ensino da língua espanhola, de oferta obrigatória pela escola e de matrícula facultativa para o aluno, será implantado, gradativamente, nos currículos plenos do ensino médio.

§ 1º O processo de implantação deverá estar concluído no prazo de cinco anos, a partir da implantação desta Lei.

§ 2º É facultada a inclusão da língua espanhola nos currículos plenos do ensino fundamental de 5ª a 8ª séries.

Art. 2º A oferta da língua espanhola pelas redes públicas de ensino deverá ser feita no horário regular de aula dos alunos.

Art. 3º Os sistemas públicos de ensino implantarão Centros de Ensino de Língua Estrangeira, cuja programação incluirá, necessariamente, a oferta de língua espanhola.

Art. 4º A rede privada poderá tomar disponível esta oferta por meio de diferentes estratégias que incluam desde aulas convencionais no horário normal dos alunos até a matrícula em cursos e Centro de Estudos de Língua Moderna.

Art. 5º Os Conselhos Estaduais de Educação e do Distrito Federal emitirão as normas necessárias à execução desta Lei, de acordo com as condições e peculiaridades de cada unidade federada.

Art. 6º A União, no âmbito da política nacional de educação, estimulará e apoiará os sistemas estaduais e do Distrito Federal na execução desta Lei.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 5 de agosto de 2005; 184º da Independência e 117º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Fernando Haddad

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 8.8.2005.

Cuestionario

Por que aprender espanhol?

Prezado estudante, com este questionário queremos saber alguns aspectos da experiência de estudar uma língua estrangeira para nos ajudar a entender e oferecer melhores propostas educacionais. As respostas são anônimas e só serão tratadas para fins científicos. Muito obrigado pela sua cooperação.

1. Data de nascimento

.....
Exemplo: 15 de dezembro de 2012

2. Sexo

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino

3. Nacionalidade

Marcar apenas uma oval.

- Brasileiro(a)
 Outro:

4. País de residência

Marcar apenas uma oval.

- Brasil
 Outro:

5. Nível de estudo

Marque o nível de escolaridade, assinalando somente uma opção.

Marcar apenas uma oval.

- Ensino fundamental
 Ensino medio (Segundo Grau/Profissional)
 Ensino superior
 Pós-graduação
 Mestrado
 Doutorado
 Pós-doutorado
 Outro

6. Situação profissional

Atualmente, qual é a sua ocupação principal?
Marcar apenas uma oval.

- Empregado(a) em uma empresa privada
- Empregado(a) em uma administração pública
- Eu tenho minha própria empresa
- Eu sou um(a) estudante
- Eu estou procurando um emprego
- Aposentado(a)
- Outro

7. Profissão

¿Qual é sua profissão?

.....

8. Em qual setor econômico desenvolve sua ocupação?

Marque somente uma opção
Marcar apenas uma oval.

- Indústria
- Construção
- Serviços
- Turismo
- Educação
- Administração pública
- Esporte
- Cultura
- Outro:

9. Indique seu nível profissional

Marcar apenas uma oval.

- Empresário
- Executivo
- Chefia intermediária
- Técnico
- Assistente/Auxiliar (pessoal de apoio)
- Operário
- Outro

10. **Especifique o intervalo que melhor corresponda ao seu nível de renda anual**

Marcar apenas uma oval.

- 0 - 4.999 reais
- 5.000 - 9.999 reais
- 10.000 - 19.999 reais
- 20.000 - 29.999 reais
- 30.000 - 39.999 reais
- 40.000 - 49.999 reais
- 60.000 - 74.999 reais
- 75.000 - 99.999 reais
- 100.000 - 124.999 reais
- 125.000 - 149.999 reais
- 150.000 - 174.999 reais
- 175.000 - 199.999 reais
- 200.000 - 249.999 reais
- 250.000 - 299.999 reais
- 300.000 - 399.999 reais
- 400.000 - 499.999 reais
- 500.000 reais ou mais

CONHECIMENTO DE IDIOMAS

11. **Quantos idiomas você domina?**

Selecione o número total de idiomas em que possui conhecimentos e destrezas

Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Mais do que 5

12. **Que nível de destreza possui em cada um dos idiomas que conhece?**

Marque o nível para cada um dos seguintes segundo corresponda. Marque "Outro" se a sua escolha não figurar na lista.

Marcar apenas uma oval por linha.

	NÍVEL A1 (iniciante)	NÍVEL A2 (nível básico)	NÍVEL B1 (nível intermediário)	NÍVEL B2 (nível intermediário superior)	NÍVEL C1 (nível superior)	NÍVEL C2 (nível superior avançado)	Idioma materno
Alemão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Árabe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coreano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinês Mandarim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inglês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Italiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japonês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Português	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. **O quanto considera que conhecimentos em idiomas estrangeiros pode ajudar a melhorar suas perspectivas profissionais?**

Marcar o grau para cada um dos seguintes

Marcar apenas uma oval por linha.

	NADA (Sem impacto na progressão na carreira)	ALGO (Ajuda a melhorar profissionalmente)	BASTANTE (Você precisa para melhorar profissionalmente)	MUITO (É obrigatório para aperfeiçoamento profissional)
Alemão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Árabe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coreano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinês Mandarim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inglês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Italiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japonês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Português	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Possui algum certificado oficial nos idiomas falados?

Selecione o nível linguístico superior do(s) certificado(s) oficial(ais) que possui dos idiomas abaixo.

Marque em "outro" a opção que não estiver na lista

Marcar apenas uma oval por linha.

	NÍVEL A1 (iniciante)	NÍVEL A2 (nível básico)	NÍVEL B1 (nível intermediário)	NÍVEL B2 (nível intermediário superior)	NÍVEL C1 (nível superior)	NÍVEL C2 (nível superior avançado)	NÃO POSSUO
Alemão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Árabe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coreano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinês Mandarim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inglês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Italiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japonês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Português	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Onde você adquiriu o conhecimento dos idiomas que sabe?

Marque apenas uma opção por idioma.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Lingua materna	Na escola	Sou autodidata	Viagens	Relações pessoais: amigos, família, parceiro etc.	Internet	Curso	Outro
Alemão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Árabe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coreano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinês Mandarim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inglês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Italiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japonês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Português	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. **Estuda ou estudou em alguma das entidades seguintes ?**

Marcar apenas uma oval por linha.

	Atualmente sou estudante	Era estudante no passado	Nunca fui estudante	Eu tenho previsto me inscrever
Alliança Francesa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa de Espanha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cultura Inglesa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instituto Cervantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instituto Goethe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instituto Italiano de Cultura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra entidade pública	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra entidade privada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. **O que você acha da aprendizagem de idiomas online?**

Marcar apenas uma oval.

- Eu já fiz e foi bom para o aprendizado da língua
- Não fiz, mas considero uma boa opção de estudo
- Eu já fiz e não gostei
- Não fiz e não gostaria

CONHECIMENTO DO ESPANHOL

18. **Quando começou a estudar espanhol?**

Marque o ano em que começou a estudar espanhol

Marcar apenas uma oval.

- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- antes de 2010
- Nunca estudei espanhol

19. **Por que você decidiu estudar espanhol ?**

Indique a principal razão para estudar espanhol
Marcar apenas uma oval.

- Porque me ajuda a interagir com falantes de espanhol
- Porque eu gosto da língua espanhola
- Porque eu gostaria de viver em um país hispanofalante
- Porque eu preciso para fins profissionais
- Porque eu preciso para os meus estudos
- Porque eu gosto de aprender coisas novas
- Porque me permite ter acesso à outras culturas
- Porque para mim é interessante o aprendizado de novas línguas estrangeiras
- Porque me permite ser uma pessoa melhor educada e preparada
- Porque me permite desfrutar de literatura , cinema , música e arte hispânicos
- Porque, em geral, é gratificante aprender
- Porque ajuda em minhas viagens ao exterior
- Porque minha família é originaria de um país de língua espanhola
- Porque meus amigos estão estudando espanhol
- Porque meu parceiro é hispanofalante
- Outra

20. **Voce conhece o Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas?**

Marcar apenas uma oval.

- SIM
- NÃO

21. **Possui algum diploma oficial de espanhol?**

Marcar apenas uma oval.

- Não possuo certificação oficial
- DELE
- CELU
- OUTRO

22. **Que relação têm com pessoas de língua espanhola fora de aula?**

Marcar apenas uma oval.

- Nenhuma
- Esporádicos (1-3 vezes por ano)
- Ocasionais (a cada 2-3 meses)
- Frequente (todos os meses)
- Muito frequente (todas as semanas)

23. A cultura hispânica

Indique o quanto você gosta ou está interessado nos seguintes aspectos da cultura hispânica em geral. Marque apenas uma opção por fila.

Marcar apenas uma oval por linha.

	MUITO	UM POUCO	QUASE NADA	NADA
A MANEIRA DE SER DAS PESSOAS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OS COSTUMES (estilos de vida, alimentação, vestuário, horários , etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TRADIÇÃO (festivais, rituais, celebrações , etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A RELIGÃO E AS CRENÇAS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MORAL (valores, normas , leis , etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A ARTE (pintura, escultura, arquitetura etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A LITERATURA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MUSICA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O CINEMA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A CIÊNCIA E A INOVAÇÃO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OUTROS ASPECTOS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

RELAÇÃO COM O MUNDO DE LÍNGUA ESPANHOLA

24. Você já visitou algum país de língua espanhola ?

Se assim, marque o último país de língua espanhola para o qual viajou

Marcar apenas uma oval.

- Ainda não visitei nenhum país de língua espanhola *Ir para a pergunta 29.*
- Argentina
- Bolívia
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- Ecuador
- El Salvador
- Espanha
- Guatemala
- Guinéa Ecuatorial
- Honduras
- México
- Nicarágua
- Panamá
- Paraguai
- Peru
- República Dominicana
- Uruguai
- Venezuela

VIAGEMS A PAÍSES HISPANOFALANTES

25. Quanto tempo?

Quanto tempo durou a sua última visita a um país hispanofalante ?
Marcar apenas uma oval.

- menos de uma semana
- entre uma semana e 15 dias
- entre 15 dias e um mês
- entre um e seis meses
- entre seis meses e um ano
- entre um e dois anos
- mais de dois anos

26. A razão de sua última viagem

Qual foi a principal razão para a sua última viagem a um país de língua espanhola ?
Marcar apenas uma oval.

- Férias/Turismo
- Trabalho
- Estudos
- Aprender espanhol
- Família
- Social - Visitar os amigos
- Cultural
- Esportivo
- Evento
- Outro:

27. Com quem fez sua última viagem a um país hispanofalante?

Marcar apenas uma oval.

- Eu viajei só
- Em par
- Com colegas de trabalho
- Com família
- Com amigos
- Outro:

28. **Diária de sua última viagem a um país de língua espanhola**

Qual foi o custo médio aproximado da diária na sua última viagem a um país de língua espanhola ?
Marcar apenas uma oval.

- Entre 1 e 74 reais
- Entre 75 e 89 reais
- Entre 90 e 149 reais
- Entre 150 e 224 reais
- Entre 225 e 299 reais
- Entre 300 e 449 reais
- Entre 450 e 599 reais
- Entre 600 e 899 reais
- Entre 900 e 1499 reais
- 1.500 reais ou mais

CONSUMO EM ATIVIDADES LIGADAS A LA LINGUA E CULTURA HISPÂNICAS

29. **Despesas realizadas em produtos e atividades ligadas a países hispânicos nos últimos 12 meses**

Marque qual foi seu consumo aproximado em cine, teatro, gastronomia, literatura e outros produtos hispânicos nos últimos 12 meses

Marcar apenas uma oval por linha.

	R\$ 0	1- 99	100- 199	200- 499	500- 999	1.000- 1.999	2.000- 3.499	3.500- 4.999	5.000- 7.499	7.500- 9.999	10.000- 11.999	+ 12.000
Cine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shows/Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Livros/Imprensa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cd's/DVD's	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomia/Vinhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aulas de espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aulas dança, literatura etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. Consumo anual total de Espanhol

Durante os últimos 12 meses, qual foi a sua despesa total aproximada em cultura, educação, viagens etc. em espanhol?

Marcar apenas uma oval.

- Não consumi
- Entre 1 e 199 reais
- Entre 200 e 399 reais
- Entre 400 e 599 reais
- Entre 600 e 799 reais
- Entre 800 e 999 reais
- Entre 1.000 e 1.999 reais
- Entre 2.000 e 4.999 reais
- Entre 5.000 e 6.999 reais
- Entre 7.000 e 9.999 reais
- Entre 10.000 e 11.999 reais
- Mais de 12.000 reais

31. Durante os próximos 12 meses você pretende visitar um país de língua espanhola para melhorar o seu nível de espanhol?

Marcar apenas uma oval.

- Provavelmente sim
- Provavelmente não
- Não sabe

32. Em caso afirmativo, para qual?

Marque o principal país hispânico para o qual gostaria de viajar
Marcar apenas uma oval.

- Argentina
- Bolivia
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- Ecuador
- El Salvador
- España
- Guatemala
- Guinea Ecuatorial
- Honduras
- Mexico
- Nicaragua
- Panamá
- Paraguay
- Peru
- República Dominicana
- Uruguay
- Venezuela

33. Comentários e observações

Escreva qualquer comentário ou informação que considere de interesse para esta pesquisa

.....

Powered by

