

ΞE ENSAYO Y ERROR

Nueva Etapa. Año XXI. N° 42.

Caracas, 2012, pp. 75-85

Revista de Educación y Ciencias Sociales

Universidad Simón Rodríguez

Depósito Legal: pp. 92-0490 ISSN: 1315-2149

El fenómeno del español como lengua internacional. Reflexiones sobre el componente cultural en la enseñanza

The phenomenon of Spanish idiom as international language. Reflections on the cultural component in teaching

María Isabel Pozzo *

pozso@irice-conicet.gov.ar

Susana S. Fernández **

romssf@hum.au.dk

Resumen

En este artículo analizamos la creciente expansión de la lengua española como instrumento de comunicación internacional. Dicha expansión viene acompañada, por un lado, del consiguiente crecimiento del negocio de la enseñanza del español como lengua extranjera y, por el otro, de un fuerte discurso ideológico destinado a legitimar el avance del español sobre otras lenguas y su constante incursión en nuevos ámbitos. En este avance, uno de los principales

* Profesora de la Universidad de Rosario, Argentina.

** Profesora de la Universidad de Aarhus, Dinamarca.

desafíos es la decisión de cuál componente cultural incluir en su enseñanza. Nuestro artículo se concentrará fundamentalmente en este último punto, donde compararemos distintas posturas presentes en los manuales para el alumno.

Palabras clave: Panhispanismo, contenidos culturales, lengua de comunicación internacional, expansión lingüística.

Abstract

In this article we attempt to analyze the expansion of the Spanish language as a means of international communication. This expansion implies, on the one hand, the growing market of Spanish as a foreign language, and on the other hand, a strong ideological speech aiming to legitimate the predominance of Spanish over other languages and the incursion of Spanish in new fields. In this sense, one of the major challenges is deciding on what cultural elements to teach. Our article will focus on the cultural component of Spanish teaching by comparing the cultural perspectives adopted in different textbooks.

Key words: Panhispanism, cultural contents, international communication language, linguistic expansion.

Presentación: Una lectura ideológica de la expansión de la lengua española

No cabe duda de que en los últimos años la lengua española ha experimentado un inmenso crecimiento y, según muchos, se ha ubicado como la segunda lengua de comunicación internacional, después del inglés.

El fenómeno de expansión de la lengua española puede verse desde dos perspectivas distintas, aunque interrelacionadas: por un lado, puede hablarse de una expansión con respecto a otras lenguas con las que entra en contacto en los países de habla hispana –nos referimos a las demás lenguas peninsulares en España y a las lenguas indígenas y al inglés en América– y, por el otro, una expansión sobre otras lenguas de alcance internacional con las que compete en el mercado de la enseñanza de lenguas extranjeras. En este caso,

estamos pensando fundamentalmente en el francés y el alemán y, desde luego, aunque de manera algo distinta –como ya veremos–, el inglés.

«Nada es inocente en la vida de las lenguas», dice Ángel López García¹ y tampoco es inocente esta expansión, en ninguno de los dos sentidos a los que hacemos referencia. Una lengua que se expande lo hace necesariamente sobre otras lenguas, con el latente conflicto que esto conlleva. Por otro lado, la expansión no se produce por sí sola. «Una lengua internacional requiere un complejo proceso de planificación, si es que se pretende poder desarrollar una tarea continuada basada en ella y en el movimiento cultural que se genera en su entorno», escribe Marcos-Marín². El avance del español está respaldado por una determinada ideología lingüística, como ya veremos, y propiciado por una serie sostenida de iniciativas, legislaciones, emprendimientos y hasta grandes inversiones económicas. Del Valle y Gabriel-Stheeman³ se refieren al fenómeno como «la batalla del idioma», una batalla donde necesariamente «unos suben y otros bajan». No es casual el término «batalla», ya que proliferan los términos bélicos para definir este promocionado avance del español.

En esta presentación nos concentraremos fundamentalmente en la expansión del español como lengua extranjera, pero no cabe duda de que el discurso ideológico que intenta legitimar al español como lengua de prestigio internacional forma parte del mismo discurso que fomenta el avance del español en los países en que se lo habla (por ejemplo, como herramienta de unidad en España y de progreso en América).

Tres son las banderas sobre las que se ha intentado erigir la superioridad del español: *concordia* (lengua de encuentro), *universalismo* (lengua global),

¹ López García, Ángel. «Ideologías de la lengua española: realidad y ficción». En Del Valle (ed.). *La lengua, ¿patria común?* Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2007, p. 143.

² Marcos-Marín, Francisco. *Los retos del español*. Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2006, p. 17.

³ Del Valle, José & Gabriel-Stheeman, Luis. «Codo con codo: la comunidad hispánica». En Del Valle & Gabriel-Stheeman (eds.). *La batalla del idioma. La intelectualidad hispánica ante la lengua*. Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2002, p. 234.

rentabilidad (la lengua como recurso económico)⁴. Tres son también los campos en que esta superioridad ha dejado su huella y ha llevado a un discurso triunfalista de la prensa y de las instituciones lingüísticas de defensa del español: su incursión en Estados Unidos con sus muchos millones de hispanohablantes, su avance en Brasil como lengua extranjera obligatoria y su expansión en Internet como lengua tecnológica.

Últimamente, no es raro leer en los periódicos o escuchar de boca de reconocidas figuras de la lengua grandes palabras de exaltación de la lengua española como «lugar de encuentro», «paraíso comunicativo» o «patria común». Por ejemplo, García de la Concha, presidente de la Real Academia Española (RAE), es citado en el diario *El País* con la siguiente frase: «Es realmente emocionante cómo la lengua está sirviendo de lugar de encuentro y no sólo como canal de comunicación. La lengua nos hace patria común en una concordia superior»⁵. Este tipo de actitudes ante la lengua española forman parte de la ideología del *panhispanismo* o *hispanofonía*, que propugna una mancomunidad hispánica formada por España y los países de América sobre la base de una lengua común. Se trata de un «sistema de ideas, o mejor, de ideologemas, en torno al español históricamente localizado que concibe el idioma como la materialización de un orden colectivo en el cual España desempeña un papel central»⁶.

Aquí resuenan otra vez las palabras de Ángel López sobre la falta de inocencia. Salta a la vista el conflicto entre la ideología panhispanista, por un lado, y la mercantilización del español como fuente de ingresos, por el otro. La defensa del español, llevada a cabo con fervor por grandes instituciones españolas como la RAE, el Instituto Cervantes, algunos ministerios y hasta la mismísima Corona, ha sido interpretada como un intento por parte de España de legitimar su expansión económica en los países hispanoame-

⁴ Del Valle, José. «La lengua, patria común: la hispanofonía y el nacionalismo panhispánico». En Del Valle (ed.) *La lengua, ¿patria común?* Frankfurt/Madrid Vervuert/Iberoamericana, 2007, p. 46.

⁵ *El País*, 7/9/00, cit. en Del Valle y Gabriel-Stheeman, *ob. cit.*

⁶ Del Valle. *Ob. cit.*, p. 38.

ricanos y en Estados Unidos (al punto que se ha llegado a hablar de una «recolonización»), y como una estratagema de ocultamiento y olvido de la llaga abierta que todavía sigue siendo el descubrimiento y la conquista. Por eso, una lamentable frase del Rey Juan Carlos ha causado tanto revuelo: «Nunca fue la nuestra lengua de imposición, sino de encuentro; a nadie se le obligó nunca a hablar en castellano: fueron los pueblos más diversos quienes hicieron suyo por voluntad libérrima, el idioma de Cervantes» (frase pronunciada durante la entrega del Premio Cervantes en 2001).

Uno de los ámbitos en que mejor queda plasmado el valor económico de la lengua es en el mercado de la enseñanza de lenguas extranjeras, un mercado multimillonario que mueve la producción de materiales didácticos, la formación de docentes, la creación de instituciones dedicadas a la enseñanza y la planificación de exámenes y certificaciones. Hasta ahora, no cabe duda de que España se lleva la mejor tajada, pero en ciertos ámbitos debe competir con los países de América, que cuentan con un incipiente pero creciente mercado de enseñanza de español. Por ejemplo, Argentina y España se disputan claramente el mercado brasileño.

En lo que respecta a la enseñanza de español como lengua extranjera parece haber también dos tensiones o direcciones de «la batalla». Una es la competencia del español con otras lenguas internacionales; la otra es la competencia que veíamos anteriormente entre los distintos países de habla hispana, lo que conlleva también la competencia entre las distintas variedades de español y la visión del mundo hispánico que se presentan al estudiante de lengua extranjera.

En cuanto a lo primero, decíamos que los más cercanos competidores del español son el francés y el alemán, que en casi todo el mundo han cedido terreno ante el implacable avance del español⁷. Con respecto al inglés, el

⁷ Ver, por ejemplo, la situación en Dinamarca según Fernández, Susana S. «La “batalla” del español en Dinamarca». En Veyrat, M. & Serra, E. (eds.). *La lingüística como reto epistemológico y como acción social. Estudios dedicados al profesor Ángel López García con ocasión de su sexagésimo aniversario*, Vol. II. Madrid, Arco Libros, 2009.

español parece haber adoptado la pragmática postura de «si no puedes vencerlo, únete a él». López García⁸ sostiene que el español es el complemento ineludible del inglés y señala que «la lengua española es la otra lengua internacional de Occidente y constituye el envés imprescindible de un haz que habla inglés». El inglés ya no se ve como competidor del español sino como aliado, y se agradece el crecimiento del español como lengua extranjera en los países de habla inglesa⁹.

En cuanto a lo segundo, la «batalla interna» se produce como el choque del ideal del panhispanismo y de la lengua «excéntrica» con el interés por preservar la pureza y la unidad de la lengua, que de paso contribuye a legitimar a los «guardianes» de dicha pureza como los más aptos para enseñarla y evaluarla. Mauro Fernández¹⁰ define la concepción de la lengua del Instituto Cervantes como «policéntrica piramidal», donde un núcleo tiene más peso que los otros.

Si bien el avance del español en el mundo como lengua de comunicación internacional debería beneficiar por igual a todas las comunidades hispanohablantes, cabe preguntarse si la imagen del mundo hispánico que se presenta a los estudiantes extranjeros no contribuye, por el contrario, a perpetuar un discurso colonialista donde España sigue siendo el eje, tanto lingüístico como económico y cultural, secundado por una serie de países hispanohablantes que son poco más que antiguas colonias.

1. De la teoría a la práctica: el componente cultural en los manuales de Español como Lengua Extranjera (E/LE)

En nuestra investigación hemos abordado el tratamiento del componente cultural en la enseñanza del español como lengua extranjera. A nivel

⁸ López García, Ángel. *El boom de la lengua española. Análisis ideológico de un proceso expansivo*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2007, p. 198.

⁹ Del Valle, José & Villa, Laura. «Español S.A.». En: Del Valle (ed.). *Ob. cit.*, p. 125.

¹⁰ Fernández, Mauro. «De la lengua del mestizaje al mestizaje de la lengua: reflexiones sobre los límites de una nueva estrategia discursiva». En: Del Valle (ed.). *Ob. cit.*, p. 75.

metodológico escogimos el libro del alumno de ELE como plataforma de trabajo por el carácter de documento escrito que reviste, y que nos permite por ende detenernos en el análisis de la selección cultural realizada. Es cierto que, más allá del lugar central que puede tener el libro en el aula, la estrategia de enseñanza puede ser complementada y enriquecida con otros materiales. No obstante, su confección premeditada lo torna en un elemento digno de atención. Efectivamente, la aparición del Marco Común Europeo de Referencia en el año 2001, su traducción al español en el 2002 y la concreción en el 2006 de los Niveles de Referencia para el español del Instituto Cervantes inspirados en el Marco supusieron una renovación en las orientaciones existentes tras el largo período que transcurrió desde el año 1993, fecha en la que se publicó el Plan Curricular del Instituto Cervantes. Durante ese interregno, las producciones académicas (libros, *papers*, ponencias) circulaban con distinto grado de impacto en los programas de cursos y centros. En cambio, las propuestas editoriales oficiaban como las directrices más certeras sobre las que apoyar la labor de enseñanza de los profesores.

En el plano de los materiales didácticos para el trabajo áulico, las tensiones analizadas no pierden presencia, y se resuelven a través de diversas estrategias, según pasamos a ejemplificar.

En un escueto texto sobre las lenguas en España, la breve enumeración sorprende con una aclaración que cristaliza en una jerarquización interna:

«En España hay cuatro lenguas oficiales: el español o castellano, *que es la única que se habla en todo el territorio*¹¹, el vasco o euskera, el catalán y el gallego. ...»¹².

Esta aclaración acerca del predominio del español por sobre otras lenguas peninsulares sorprende más aún por tratarse de una producción catalana.

En otros materiales la alusión es más directa: en un extenso artículo de página entera titulado «Hispanos en EE.UU.», adaptado de la revista

¹¹ El destacado es nuestro.

¹² Miquel, Lourdes & Sans, Neus. *Rápido, rápido* (Curso intensivo). Barcelona, Difusión-Intertaal, 2002, p. 26.

española *Blanco y Negro Cultural*, encontramos segmentos claramente representativos de esta situación de avance de la lengua española: «La nación más poderosa del planeta ya es en este momento el país con mayor número de hispanohablantes, exceptuando México»¹³. La asociación entre «la nación más poderosa del planeta» y «el mayor número de hispanohablantes» parecería sugerir una relación causa-efecto, en la que el poder estaría alimentado por lo hispano, o yendo más lejos, sería su consecuencia. Y para alejar cualquier vinculación del hispanismo en EE.UU. con la inmigración ilegal, la pobreza de origen y otros cuadros nada atractivos, viene bien la rectificación que sigue: «... Pero los hispanos ya no son lo que eran. En primer lugar, se sienten fuertes y seguros, entre otras cosas porque saben que su poder adquisitivo ha aumentado exponencialmente...»¹⁴.

Ubicándonos ya en Hispanoamérica, el alto número de países hispanohablantes es presentado de manera recurrente como un dato destacable que justifica con creces el aprendizaje de esta lengua, a pesar de que, como se verá en nuestro párrafo siguiente, poco se avance al interior de cada uno de ellos. «El español, una lengua para hablar con más de 300 millones de personas, viajar por 23 (veintitrés) países de todo el mundo, (...) En fin, una lengua para descubrir un nuevo mundo»¹⁵. Esta alusión ampulosa es una forma sutil de librar la batalla externa que analizábamos en la primera parte de este artículo sobre otras lenguas internacionales. Asimismo, la identificación de América hispanohablante con un nuevo mundo ilustra la recolonización ya mencionada.

2. La «batalla interna»

La «batalla interna» —otra de las tensiones analizadas— asume paradójicamente la forma de una (interesada) confraternidad plasmada en la intención

¹³ Marín, Fernando; Morales, Reyes y De Unamuno, Mariano. *Nuevo Ven 3* (B2/B2+). Madrid, Edelsa - Grupo Didascalía, 2007, p. 28.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ *Ibidem*, pp. 8, 9 y 18.

reciente de orientar los manuales peninsulares preexistentes al creciente mercado hispanoamericano. Así, encontramos variantes de libros españoles a las que ha dado en llamar «Versión latinoamericana», «Versión Mercosur», o agregando la alusión de *internacional* en los nombres originales. Ahora bien, el análisis detallado de los mismos¹⁶ pone de manifiesto que estas intenciones no siempre son acompañadas por una decidida incorporación de las variantes hispanohablantes, ni de los contenidos socioculturales propios de sitios hispanoamericanos. Cuantitativamente, son en general notablemente menos numerosos. Cualitativamente, sigue primando la concepción del personaje (tácito o explícito) español que realiza una visita esporádica a Latinoamérica como fútil intento de equilibrar el espectro geográfico. Fruto de este posicionamiento, América hispanohablante suele aparecer predominantemente como destino turístico, mezclado con cierto exotismo asociado a playas tropicales paradisíacas.

Por su parte, las incipientes producciones editoriales argentinas parecen manifestar un revanchismo a esta tendencia a través de expresiones exclusivamente localistas¹⁷. Ahora bien, en ellas encontramos nuevamente la concepción piramidal, aunque esta vez al interior de este país, que en parte reproducen –en escala menor– la idea de un núcleo hegemónico (la Capital, en este caso) y una periferia que, si bien mayor en superficie, es menor en cuanto a hegemonía.

¹⁶ Cfr. Pozzo, María Isabel & Fernández, Susana S. «La cultura en la enseñanza de español LE: Argentina y Dinamarca, un estudio comparativo». *Diálogos Latinoamericanos* 14, 2008, pp. 99-128 y Pozzo, María Isabel, Nardi, Lucrecia & Nava, Mónica. «Los contenidos socioculturales en la enseñanza de español como lengua extranjera. Aportes para su redefinición en términos de contenidos transversales en los planos teórico, metodológico y didáctico». Ponencia presentada en el II Congreso Nacional de Producción y Reflexión sobre Educación, XII Jornadas de Producción y Reflexión sobre Educación. Universidad de Río Cuarto, Argentina, 2008.

¹⁷ Al respecto cabe mencionar nombres de libros tales como *Voces del Sur*, *Desde aquí*, *Por vos*, *Buenos Aires*, *Mi Buenos Aires querido* (este último de Brasil).

A modo de cierre

En este artículo hemos revisado la dimensión ideológica que acompaña la expansión de la lengua española en el mundo. Tras una discusión teórica en la que confluye el análisis lúcido de los autores mencionados, hemos expuesto algunos ejemplos en los que se manifiestan las tendencias analizadas. La lista, naturalmente, no es exhaustiva pero creemos es suficiente para ilustrar que la enseñanza del español como lengua extranjera –y con matices, otras lenguas– constituye una arena de lucha que, aun en el mejor de los casos, opera como modelador de conciencia, como verdadero transmisor de ideología. La reflexión por parte de los docentes acerca de estas tensiones contribuiría a superar las apreciaciones en meros términos de adaptabilidad o no de los libros para la enseñanza del español en latitudes recónditas del globo como es la propia Hispanoamérica. Resta pensar un modelo liberador con nuevos protagonistas, que supere tanto la ingenuidad de desconocer condicionantes poderosos, como del pesimismo inmovilizante que sólo acepta lo dado.

Referencias bibliográficas

- DEL VALLE, José & GABRIEL-STHEEMAN, Luis (eds.). *La batalla del idioma. La intelectualidad hispánica ante la lengua*. Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2002.
- DEL VALLE, José & GABRIEL-STHEEMAN, Luis. «Codo con codo: la comunidad hispánica». En Del Valle & Gabriel-Stheeman (eds.), 23 p.
- DEL VALLE, José (ed.). *La lengua, ¿patria común?* Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2007.
- DEL VALLE, José. «La lengua, patria común: la hispanofonía y el nacionalismo panhispánico». En Del Valle (ed.)
- DEL VALLE, José & VILLA, Laura. «Español S.A.» En Del Valle (ed.), 32 págs.
- FERNÁNDEZ, Mauro. «De la lengua del mestizaje al mestizaje de la lengua: reflexiones sobre los límites de una nueva estrategia discursiva». En Del Valle (ed.), 25 p.

- FERNÁNDEZ, Susana S. «La “batalla” del español en Dinamarca». En Veyrat, M. & Serra, E. (eds.) *La lingüística como reto epistemológico y como acción social. Estudios dedicados al profesor Ángel López García con ocasión de su sexagésimo aniversario*, Vol. II. Madrid, Arco Libros, 2009, 10 p.
- LÓPEZ GARCÍA, Ángel. «Ideologías de la lengua española: realidad y ficción». En Del Valle (ed.), 2007a, 20 p.
- LÓPEZ GARCÍA, Ángel. *El boom de la lengua española. Análisis ideológico de un proceso expansivo*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2007b.
- MARCOS-MARÍN, Francisco. *Los retos del español*. Frankfurt/Madrid, Vervuert/Iberoamericana, 2006.
- MARÍN, Fernando; MORALES, Reyes y DE UNAMUNO, Mariano. *Nuevo Ven 3 (B2/B2+)*. Madrid, Edelsa – Grupo Didascalía, 2007.
- MIQUEL, Lourdes & SANS, Neus. *Rápido, rápido* (Curso intensivo). Barcelona, Difusión–Intertaal, 20002.
- POZZO, María Isabel & FERNÁNDEZ, Susana S. «La cultura en la enseñanza de español LE: Argentina y Dinamarca, un estudio comparativo». *Diálogos Latinoamericanos* 14, 2008, pp. 99-128.
- POZZO, María Isabel; NARDI, Lucrecia & NAVA, Mónica. «Los contenidos socioculturales en la enseñanza de español como lengua extranjera. Aportes para su redefinición en términos de contenidos transversales en los planos teórico, metodológico y didáctico». Ponencia presentada en el II Congreso Nacional de Producción y Reflexión sobre Educación, XII Jornadas de Producción y Reflexión sobre Educación. Universidad de Río Cuarto, Argentina, 2008.