

La escuela de español para extranjeros en su sector.

Antonio Perales Castro. Castilla, Centro de Estudios Hispánicos. Granada.

Buenas tardes:

Desde que me propusieron participar en esta jornada, le he dado muchas vueltas a qué contenidos específicos podrían interesar y al enfoque que debería dar a esta ponencia.

Ahora tengo el síndrome del ponente que ha escuchado a todos sus colegas, o sea, la sensación de que todo ha sido dicho, magistralmente, por cierto. Felicidades pues a todos los ponentes y a los organizadores, además de mi agradecimiento.

Por lo que a mi experiencia concierne, fui fundador y todavía dirijo Castilla, una escuela en el Albaicín de Granada, un proyecto que este año cumple 20 años. Y como está todo dicho y ya es muy tarde después de un día denso, estoy tentado a ponerles un vídeo, entretenido eso sí, que muestra lo entretenidos que estamos con todo lo que hacemos a lo largo y ancho de un año en Castilla. Pero renuncio: qué pensarían de mí cuando descubrieran que está en Youtube al alcance de todo el mundo. Eso sería, además, venir con otro modelo de escuela, a estas horas y después de la brillante y amena presentación que ha hecho mi compañera. ¿Quién se atreve ahora a competir con ella?

Considero entonces que lo que me toca es proponer una **valoración** desde mi modesta posición. Digo modesta, si comparamos el trocito que corresponde a Castilla con ese gran pastel que esta jornada han dibujado aquí los compañeros.

Al asunto. A lo largo de la jornada se ha hecho un dibujo certero, valiosísimo, de la actual situación del sector de escuelas de español como lengua extranjera. Una minuciosa disección de lo que también se da en llamar Turismo Idiomático.

Es cierto igualmente que siempre queda la duda de qué queda tras recibir tanta información. Me voy a permitir entonces un papel concreto: **recapitular** y **centrar** la información en algunas características que a mí me parecen importantes.

Sí, añadido a mi propuesta una **intención**: centrar mi mensaje en torno a un par de debilidades y de amenazas que me parece oportuno recordar, insistir desde la perspectiva de productor, de escuela ELE. A lo peor asumo el papel del "poli malo". Alguien tendría que ser.

Recapitulemos:

Nos han presentado un análisis DAFO sectorial profundo. Lo ha hecho mi compañero y presidente de FEDELE, lo hizo también desde la perspectiva de planificación sectorial el Director de Turismo de Andalucía, y lo ha hecho

también nuestro especialista en estudios de mercado. El balance **oportunidades / amenazas y fortalezas / debilidades**, se percibe en todos los casos como positivo y eso nos anima a embarcarnos en esta actividad.

Ya tenemos un proyecto de escuela y, siguiendo a diversos ponentes disponemos de:

-Una misión: mi escuela será: “Una ventana de máximo protagonismo para la difusión del Producto Cultural y Turístico” decía responsable de la Junta de Andalucía. Y más, determinan otros analistas: mi empresa será un agente valiosísimo en un sector estratégico -con mayúscula- porque ayuda enormemente a la comercialización y al desarrollo de otros sectores productivos: sin lengua, como sin energía no se puede producir. Con la lengua se puede vender todo lo relacionado con nuestras costumbres, nuestra cultura y también nuestra actividad productiva: aceite, queso, jamón, moda, productos turísticos, tecnología...

O, como desde el público se ha propuesto, “las nuestras son empresas receptoras de turistas y podremos enriquecer nuestra oferta con servicios complementarios como la enseñanza del español”.

-Hemos valorado otras fortalezas y debilidades específicas de este entorno. Ayúdenme a recordar y establecer las correspondientes a su situación específica:

· FORTALEZAS

Formación y experiencia:	ya llevamos tiempo dedicados a la gestión de una empresa turística
Destino Potencial:	El nuestro es un destino turístico potencial con suficientes valores reales y tangibles
Profesores:	Hay suficientes profesores en mi entorno formados o con acceso a la formación necesaria
Plan Curricular:	Lo tengo adecuado a los cursos que ofreceré o contrataré a quien lo prepare
Actividades complementarias:	Turismo rural, actividades de la naturaleza, de ocio, avistamiento de aves... se han mencionado aquí.

-Desde el punto de vista de la gestión empresarial, tengo un **plan estratégico, un Plan de Márquetin** con unas acciones concretas y creo disponer de canales de distribución. Es más, desde mi situación disfruto de otra **oportunidad** para desarrollar las ventajas del márquetin relacional intrínseco a esta actividad.

-Incluso conozco **modelos** y trayectorias de otras escuelas como las que acaban de mostrarnos.

-Y tengo resuelta la **fi-nan-cia-ción**. Dispongo del capital adecuado para realizar una inversión y la Junta de Extremadura me está ofreciendo, aquí mismo, varias vías de ayuda.

Un paréntesis: “nadie nos ha hablado de cuánto me va a costar montar una escuela competente en este negocio”. Intentando responder a esta pregunta

y con el ánimo de orientarles, en las últimas semanas he realizado un sondeo a este respecto: ¿cuánto cuesta montar una escuela de español? -inquirí hasta 10 directores de escuelas pequeñas y medianas. Tuvimos para ello que debatir sobre criterios, perspectivas y partidas¹ a considerar. Ya saben, el manido “depende”. La respuesta simplificada oscilaba entre los 150.000 y los 300.000 euros. Si están interesados en más detalles y tenemos el tiempo, yo guardo algunos datos y los pongo a su disposición. Sirvan estas cifras como mera aproximación; cuestionenlas y juzguen la metodología del modo más crítico que estimen apropiado. Pero ahí queda, por si les ayuda.

-En cuanto a otras **debilidades o amenazas** sectoriales mencionadas, disponemos de herramientas y conocimientos para superarlas y convertirlas en fortalezas y oportunidades:

Por ejemplo, fijémonos en esta que algunos definen como “atomización del sector” o el presidente de FEDELE ha bautizado como “minifundismo” que tiene como primera consecuencia la merma de recursos para mejorar la calidad de los servicios y ser competitivos en los mercados.

Este es un hecho muy a tener en cuenta: piensen que aun ofreciendo el mejor producto y los resultados de nuestro buen hacer están garantizados, nuestro público está muy lejos y muy disperso, y la cuestión de cómo se lo digo, cómo le hago llegar mi mensaje ha sido siempre el gran caballo de batalla de este sector. Eso sí, muchos pensarán, Internet vino a dar solución a esta tarea, en realidad vivimos en un pueblecillo, en una *aldea... global*.

Sí, encontramos solución en las nuevas tecnologías. Y es más, supongamos que hemos encontrado las alianzas necesarias, y disfrutamos de iniciativas que fomentan sinergias empresariales. Desde la misma Administración se nos está invitando a beneficiarnos de planes estratégicos promoción sectorial.

En fin, concluyamos: “veo una oportunidad y estoy dispuesto a dejarme la piel, a trabajar duro, a hacer realidad este proyecto. Esto va a funcionar, seguro”.

Ahora, un par de *peros*, de pinceladas disonantes en el dibujo luminoso que aquí se está haciendo.

Me centraré en debilidades, en amenazas² que si bien mencionadas antes como colectivas me referiré a ellas en la medida en que inciden y dificultan el

¹ Las partidas valoradas son las concernientes al primer establecimiento, promoción, fondos bibliográficos, audiovisuales y los gastos de locales, sueldos y locales correspondientes al primer año.

² Propongo las siguientes debilidades a partir de un análisis contrastivo de otras perspectivas, que los interesados pueden ver en la bibliografía aportada. Omito otras tanto por cuestiones de tiempo, y alguna tan interesante como aparentemente contraria a este foro ya que otros analistas sitúan como una amenaza la identificación de la actividad ELE con la actividad turística, en concreto definen como amenaza *la promoción del sector como servicio turístico*. **Quede** aquí la mención de un debate que el sector sabrá resolver. Si bien parece aconsejable cualquier desequilibrio o inclinación en la promoción, igualmente parece claro que el sector quedaría muy beneficiado de la sinergia entre administraciones, si estas llegan a coordinar sus diferentes aportaciones a través de una Mesa Permanente o un Consejo Promotor del Español

quehacer diario de un modesto productor, provocando una problemática en la gestión individual cuya solución no depende sólo de él.

Una acerca del destino turístico. Las otras, acerca de marco legal, intrusismo y competencia desleal.

La primera se percibe como una fortaleza por Vds. y por los organizadores. Es ciertamente una fortaleza desde la perspectiva de los valores que representa. Sin ánimo de desanimar, permítanme invitarles a una reflexión: ¿es Extremadura suficientemente conocida para el público internacional?, ¿qué puedo hacer para ensalzar sus valores y situarla como alternativa real a los destinos aquí descritos?

Busquen todos los apoyos, aprovechen cualquier viso de sinergia sectorial y vayan de la mano de la Administración con el fin de ubicar el destino turístico donde seguramente se merece. Todos los esfuerzos serán pocos.

Sabemos de destinos que no acaban de sonar, de escuelas que se han visto abocadas a cesar en la actividad sin dejar rastro de que allí existió *turismo idiomático*, en entornos aparentemente válidos. Claro que también en este tiempo hemos visto triunfar otros nuevos como Cádiz o Valencia en los que pululan con éxito las escuelas ELE.

La buena noticia es que, según nos explicaban, hay público para cada destino. Un público que también busca lo que Vds. pueden ofrecer: un medio que garantiza la inmersión lingüística y cultural auténtica, actividades complementarias atractivas, seguridad...

La segunda amenaza: Marco legal³, intrusismo, Competencia Desleal

Caben aquí las ofertas que bajo el inocente traje de "competencia", en realidad se trata de una amenaza dañina⁴ que traspasa los límites de la legitimidad.

Me refiero a la oferta que desde diversos aparatos de la Administración ofrecen o estudian ofrecer. Ayuntamientos, Instituciones de acogida, EOI, Universidades, el propio Instituto Cervantes...

Como ejemplo que aclare hacia donde apunto con estas palabras, propongo centrarnos en un caso significativo: la oferta ELE de la universidad.

como desde aquí también se ha reivindicado. Realmente resultaría injustificado renunciar a cualquier aportación o considerar contraproducente la aportación del área de Administración con competencias en planificación y desarrollo turísticos.

³ La amenaza aquí descrita se acentúa con una debilidad del sector: falta de una legalidad que defina qué es una escuela de español, y cuáles son los requisitos para desarrollar esta actividad. Parece perentorio determinar las condiciones para que cualquier persona física o jurídica pueda ponerse en busca del trocito o migaja de pastel correspondiente y no lo haga, como hasta ahora, sin ningún tipo de compromiso legal, profesional o social.

⁴ Opto intencionadamente por el calificativo *dañina*: las consecuencias de que con dinero público se conforme una oferta de servicios para competir con la iniciativa privada; o que cualquiera, sin ningún tipo de requisito profesional o legal, pueda hacer llegar su oferta al público son perjudiciales integralmente para el sector y para la empresa individual. Por citar algunas, una y otra inciden en la merma de recursos que se podrán dedicar a la promoción, a la mejora de servicios, a la profesionalización, a los sueldos y condiciones laborales...

Desde el punto de vista de un responsable de una escuela, que ha buscado formación y titulación en la Universidad, que se siente plenamente integrado en la comunidad universitaria tanto por lo que se refiere a titulación, a formación como a investigación, que esta institución ofrezca cursos de idioma y entre en competencia con la iniciativa privada, me hace sentir del mismo modo que un farmacéutico se sentiría si esta sobrepasara el límite de la investigación y comerciara con medicamentos, o un ingeniero si la Universidad se dedicará a fabricar coches y venderlos, o el técnico si ésta se dedicara a la explotación agrícola de tomates o producción de aceite, o como un abogado si la Universidad montara una asesoría u ofreciera servicios jurídicos en un bufete propio. He presenciado en NAFSA (Washington D.C., mayo 2008) universidades de todo el mundo que ofrecen sus titulaciones a la comunidad internacional; sin embargo las universidades españolas centran su oferta en los cursos ELE. Pienso que aquí la propia Universidad debe aceptar el debate y el reto y decidir si realmente opta por formar a los profesionales ofreciendo títulos con un currículo específico o por invadir el campo de acción de los profesionales que forma, ofreciendo cursos de Idioma. Parece obvio que ambas actividades chocan. Queda una visión y una misión social clarísima y exclusiva para la Universidad, y un sinfín de oportunidades en el campo de la enseñanza ELE: titulaciones, investigación, publicaciones, público extranjero para sus titulaciones...

No puedo dejar pasar la oportunidad de reclamar y abogar en este foro por un modelo ideal en el reparto de papeles para los protagonistas del sector (La universidad, la Administración y los centros) , que les permita contribuir a convertirlo en la *punta de lanza y el sector estratégico* a que varios analistas se refieren.

Las administraciones pertinentes -que aquí se han presentado como extraordinarios solistas- han de coordinarse para legislar, poner condiciones, fijar los límites pertinentes a la actividad, vigilar su cumplimiento, dar alternativas a necesidades específicas de las empresas (figuras legales, acreditación, registros, validez académica, visados, promoción institucional y en el exterior...). La Universidad a investigar y formar verdaderos profesionales que garanticen el futuro del sector... y la iniciativa privada, los Centros a enseñar y difundir la lengua y cultura españolas en el país, una labor que funcione como puerta y canal de promoción de otros sectores: productos culturales (música, cine, arte, libros...), turismo, gastronomía, moda, educación, titulación universitaria, tecnología... en resumen, a producir y a redistribuir riqueza, bajo el compromiso ineludible de las buenas prácticas.

MUCHAS GRACIAS

BIBLIOGRAFÍA BREVE

- BERDUGO, Oscar (2001). "El Español como recurso económico: Anatomía de un nuevo sector". En Cuadernos Cervantes, nº 35, 2001.
- CONTRASTES (2005). Monográfico "El valor económico de la lengua española". *Contrastes*, nº 39, abril 2005.
- CUADERNOS CERVANTES (2001). "Fragmentos editoriales". En *Cuadernos Cervantes*, nº 35, 2001.
- CONSEJO DE EUROPA (1997), *European language portfolio: proposals for development*, Estrasburgo, Consejo de Europa
- ESPASA, Antoni; GIRÓN, Javier, PEÑA, Daniel. (2005) "El valor económico de la lengua española" *Contrastes*, nº 39, abril 2005.
- ESPASA, Antoni; GIRÓN, Javier, PEÑA, Daniel. (2005) "El valor económico de la lengua española" Ángel Martín Municio (Ed), Espasa, Madrid 2003.
- JIMÉNEZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (2006) "¿Cuánto vale el español?" En *Enciclopedia del Español en el Mundo (Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007)*, Ed. Plaza y Janés / Círculo de Lectores, 2006.
- MARTÍN MUNICIO, Ángel (2001). "Econometría de la lengua española". En *Anuario 2001 del Instituto Cervantes*.
- MILLÁN, José Antonio "La lengua que era un tesoro" (2000). En *Política exterior*, ISSN 0213-6856, Vol. 14, Nº 1, 2000, pags. 81-96.
- MILLÁN, José Antonio "La enseñanza de la lengua y el uso del medio digital" / En *Textos de didáctica de la lengua y la literatura*, ISSN 1133-9829, Nº 24, 2000 (Ejemplar dedicado a: Nuevas tecnologías y enseñanza de las lenguas), Págs. 29-38
- PERALES CASTRO, Antonio (2000) *Plan Curricular*. Castila (ed.) Granada 2000
- PERALES CASTRO, Antonio (2007) "El valor de la lengua que enseñamos". En Universidad de Granada
Las hablas andaluzas y la enseñanza de la lengua española. Actas de las XII Jornadas sobre la enseñanza de la lengua. Eds. Juan Antonio Moya Corral, Universidad de Granada, 2007.
- PÉREZ NAVARRO, Francisco (2006) "El sector privado del español en España". En *Enciclopedia del Español en el Mundo (Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007)*, Ed. Plaza y Janés / Círculo de Lectores, 2006.
-

Análisis DAFO SECTOR → CENTROS			
Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
<p>Falta de una legalidad / estatuto específico</p> <p>No coordinación de las administraciones para la regulación y promoción del sector (Buenos solistas Orquesta mediana)</p>	<p>Intrusismo Institucional</p> <p>Competencia desleal</p> <p>La situación laboral de los profesores: estabilidad, fuga al exterior</p>		<p>Alentar a una asunción favorable de los papeles de los protagonistas...</p>

PROPUESTA DE PAPEL DE LOS PROTAGONISTAS

<p>Centros</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Producir, crear riqueza ·Contribuir a la difusión de la lengua y cultura españolas, y de lo español 	<p>Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Legislar favorecer la promoción de los centros ELE ·Favorecer la promoción de estudios en español ·velar por la calidad y las buenas prácticas 	<p>Universidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Investigación Formar profesores ELE ·Formar en español
---	---	---

¿Modelo English in UK?